Temeljne postavke e-novinarstva i njihova primjena u koprivničkim portalima e-podravina.hr i drava-info.hr

Sigetić, Karlo

Undergraduate thesis / Završni rad

2016

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University North / Sveučilište Sjever**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:122:789198

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-29**

Repository / Repozitorij:

University North Digital Repository

Sveučilište
Sjever

Završni rad br. 25/NOV/2015

Temeljne postavke e-novinarstva i njihova primjena u koprivničkim portalima epodravina.hr i drava-info.hr

Karlo Sigetić, 0086/2012

Koprivnica, veljača 2016. godine



Sveučilište
Sjever

Odjel za novinarstvo

Završni rad br. 25/NOV/2015

Temeljne postavke e-novinarstva i njihova primjena u koprivničkim portalima epodravina.hr i drava-info.hr

Student

Karlo Sigetić, 0086/2012

Mentor

Boris Beck, doc. dr. sc.

Koprivnica, veljača 2016. godine

Sažetak

E-novinarstvo može se smatrati nastavkom tradicionalnog novinarstva koje spaja stari i novi koncept medijskih praksi – klasično novinarstvo s naprednom tehnologijom uz novi način prezentiranja medijskog sadržaja koji omogućuju karakteristike interneta – interaktivnost, multimedijalnost, nelinearnost, povezanost, arhiviranost i neposrednost. Najzastupljenija platforma na kojoj se prakticira e-novinarstvo su internetski portali koji se pojavljuju u obliku digitalnog izdanja klasičnih medija ili u obliku sasvim novog medija, bez obzira na to radi li se o nacionalnoj ili lokalnoj razini.

E-novinarstvo u Koprivnici je zastupljeno od 2008. godine, a prakticira se na dva lokalna informativna internetskih portala – epodravina.hr i drava-info.hr koji se prema organizacijskim, sadržajnim i vizualnim karakteristikama uvelike podudaraju. Glavna razlika je u tome što je portal epodravina.hr samostalni online medij dok drava-info.hr funkcionira kao produžetak klasičnog medija (lokalnog radija – Radio Drave) s konvergentnom redakcijom koja sadržaj prilagođava i koristi na dvije različite platforme.

Portali u većini članaka primarno koriste formu klasičnih tiskanih medija (tekst i fotografija), što je vidljivo iz provedene analize sadržaja i korištenih online formi, a jasno se može uočiti i djelomično poštivanje pravila online pisanja tekstualnih formi. Kod portala drava-info.hr uočen je i nedostatak u prilagodbi žanra online mediju – sadržaji koji su prezentirani na portalu u većini slučajeva imaju strukturu i oblik radijskih vijesti. Sadržajno portali najviše pozornosti pridaju lokalnoj politici, gospodarstvu i crnoj kronici kroz žanrove proširenih vijesti i izvještaja. Složeniji novinarski žanrovi poput reportaža, tematskih problemskih članaka i analiza vrlo su slabo zastupljeni.

Multimedijalnost se koristi samo u svojem osnovnom dijelu, dok se hipertekstualnost, povezanost i nelineranost ne koriste. Interaktivnost s korisnicima i arhiviranost su jedine karakteristike koje se pravilno i u potpunosti koriste. Glavni nedostatak kod oba portala je djelomično korištenje internetskih karakteristika e-novinarstva i time se podudaraju s postojećim trendom koji vlada kod portala nacionalne razine.

Ključne riječi: e-novinarstvo, internet, multimedija, portal, interakcija, drava-info.hr, epodravina.hr

Sadržaj

1. Uvod 1

2. Temeljne odrednice i razvoj online medija 3

3. Internetski portali kao novi oblici medija 6

3.1. Osnovne karakteristike internetskih portala 6

3.2. Specifičnosti hrvatskih internetskih portala 7

4. Temeljne odrednice e-novinarstva 9

4.1. E-novinarstvo kao nova medijska praksa 9

4.2. Online forme i osnovna pravila za online novinare 11

5. Razvoj i sadržaj e-novinarstva u Hrvatskoj 13

5.1. Prvi online mediji u Hrvatskoj 13

5.2. Prilagodba sadržaja i korištenje internet karakteristika na hrvatskim internetskim portalima 15

6. Nastanak i razvoj koprivničkih informativnih portala epodravina.hr i drava-info.hr 18

6.1. Osnovne karakteristike portala epodravina.hr i drava-info.hr 19

7. Organizacijski i uredni čki modeli na portalima epodravina.hr i drava-info.hr 22

7.1. Organizacijski i poslovni model portala 22

7.2. Organizacija redakcije i modeli uređivanja 23

8. Struktura naslovnice i organizacija rubrika portala epodravina.hr i drava- info.hr 26

8.1. Struktura naslovnice portala epodravina.hr 27

8.2. Struktura naslovnice portala drava-info.hr 29

9. Upotreba online formi i novinarskih žanrova na portalima epodravina.hr i drava-info.hr 31

9.1. Pisane online novinarske forme 31

9.2. Prilagodba žanrova i upotreba priopćenja u pisanim online formama 33

9.3. Online fotografija i fotogalerije 35

9.4. Upotreba audio i video formi 37

10. Primjena internet karakteristika e-novinarstva na portalima epodravina.hr i drava-info.hr 39

11. Zaključak 43

12. Literatura 47

1. Uvod

Digitalizacijom i konvergencijom medija došlo je do stvaranja novog modernog oblika novinarstva koje se naziva e-novinarstvo, a temelji se na spoju klasičnog novinarstva i tehnoloških karakteristika interneta. Medijska platforma na kojoj se prakticira e-novinarstvo su internetski portali, a naglasak je na specifičnom načinu prezentacije sadržaja koji bi trebao biti prilagođen prema temeljnim odrednicama koje e-novinarstvo nalaže. U ovom će se radu analizirati dva koprivnička informativna portala – epodravina.hr i drava-info.hr, te provjeriti u kojoj mjeri prilagođavaju sadržaj i poštuju pravila e-novinarstva uzimajući u obzir karakteristike internetskog medija.

Prva hipoteza je da portali u većini članaka primarno koriste formu klasičnih tiskanih medija (tekst i fotografija) te da se pravila online pisanja tekstualnih formi poštuju samo djelomično. Druga je hipoteza da portali najviše pozornosti pridaju lokalnoj politici, gospodarstvu i crnoj kronici kroz žanrove proširenih vijesti i izvještaja, a da su složeniji novinarski žanrovi poput reportaža, tematskih problemskih članaka i analiza vrlo slabo zastupljeni. Treća je hipoteza da se multimedijalnost koristi samo u svojem osnovnom dijelu, dok se hipertekstualnost, povezanost i nelineranost ne koriste.

Istraživačko je pitanje koje se internetske karakteristike e-novinarstva koriste, a koje ne, te kako se analizirani portali podudaraju s postojećim trendom koji vlada kod portala nacionalne razine.

Rad se sastoji od deset poglavlja koja se sadržajno mogu grupirati u tri smislena dijela.

U prvom dijelu rada koji obuhvaća drugo, treće i četvrto poglavlje, obrađuje se nastanak i razvoj novih medija te glavni elementi putem kojih razlikujemo internetske od tradicionalnih medija. Opisuju se osnovne karakteristike internetskih portala te specifičnosti koje susrećemo na hrvatskim internetskim portalima. Prvi dio rada završava prikazom temeljnih odrednica e-novinarstva kao novog oblika medijske prakse.

Središnji dio rada obuhvaća peto i šesto poglavlje. U petom poglavlju opisan je povijesni razvoj e-novinarstva u Hrvatskoj te način na koji se sadržaj prilagođava i koristi na hrvatskim internetskim portalima. Šesto poglavlje prikazuje nastanak i razvoj koprivničkih internetskih portala te donosi osnovne karakteristike kojima se portali odlikuju. Središnji dio rada služi kao poveznica prema ključnom završnom dijelu u kojem se portali detaljno analiziraju.

Završni dio rada sastoji se od posljednja četiri poglavlja u kojima prikazujemo detaljnu usporednu analizu oba portala. Sedmo poglavlje prikazuje organizacijske i uredničke modele

koji se koriste na analiziranim portalima, a osmo poglavlje detaljno analizira sličnosti i različitosti u strukturama naslovnica i organizaciji rubrika. Upotreba online formi i novinarskih žanrova, njihova prilagodba online okruženju opisana je u devetom poglavlju. Deseto poglavlje prikazuje primjenu internetskih karakteristika e-novinarstva. Rad je obuhvatio i analizirao velik broj primjera na temelju kojih smo provjerili opseg upotrebe propisanih pravila te završno donijeli zaključak.

2. Temeljne odrednice i razvoj online medija

Razvoj tehnologije u digitalno-informacijskom dobu u kojem danas živimo znatno je utjecao na društvene promjene, ali i na razvoj novih oblika medija putem kojih se dio tih promjena najavljuje i ostvaruje. „U okružju informacijskoga društva i informacijske kulture digitalno se doba odlikuje prijenosom informacija na daljinu, istodobnošću, ponovljivošću i mogućnostima pohrane informacija u materijalnome obliku. Među-djelovanje aktera u informacijskome društvu globalnoga doba omogućeno je digitalizacijom cjelokupnoga tehničko-tehnološkoga područja života.“[1] Tehnološke promjene tako uzrokuju nove oblike društvene komunikacije, stvaranje drugačijih i naprednijih platformi koje ozbiljno ugrožavaju klasične medije poput tiska, radija i televizije.

Razvojem i masovnijom upotrebom interneta te stvaranjem svjetske digitalne mreže početkom 1990-ih, tradicionalni mediji se posljednjih dvadesetak godina suočavaju s velikim izazovima te traže oblike modernizacije i transformacije kako bi ostali u korak s vremenom i zadržali postojeće korisnike. Fokus zanimanja, posebno mlađih korisnika, danas je usmjeren prema novim medijima nastalim na temeljima digitalne tehnologije spajanjem računalne i telekomunikacijske tehnologije. Prema Nenadu Prelogu novi mediji danas označavaju „različite oblike sadržaja, načina njegove organizacije, prijenosa i prikaza, a odlikuje ih interaktivnost, nelinearni/nesekvencijalni pristup sadržaju dokumenta, digitaliziranost i multimedijski način prezentacije teksta, slike, zvuka, animacija i videa“.[2]

Ključni pojam koji se veže za nastajanje novih online medija jest digitalna konvergencija koja je, kako navodi Zrinjka Peruško, dovela do spajanja tradicionalnih masovnih medija na temeljima kompjutorske tehnologije te nastanka „novih interaktivnih medija kao što je internet koji ne zadovoljava kriterije za uvrštavanje u masovne medije zbog svog komunikacijskog i organizacijskog karaktera.“[3]

Bitno je naglasiti da unatoč formiranju novih online medija ne dolazi do dokidanja starih već se oni pridružuju postojećim s kojima koegzistiraju. Tek protekom duljeg vremenskog razdoblja, može se eventualno dogoditi da se određeni medij koji je dio novonastale „konvergentne cjeline“ koristi manjim intenzitetom.

[1] http://www.zarez.hr/clanci/novi-mediji-od-quotzivih-slikaquot-do-quotslika-zivotaquot

[2] Z. Peruško: Uvod u medije, Naklada Jesenski i Turk, Zagreb, 2011, str. 203.

[3] Z. Peruško: ibid., str 15.

Klasifikacija i točno definiranje novih medija u kategoriju masovnih medija predmetom je akademskih rasprava, pa tako za razliku od Peruško, autori poput Merrill Morrisa i Christine Ogan smatraju kako se „web stranice kao jedan od servisa interneta ipak mogu smatrati masovnim medijem zbog toga što se obraćaju masovnoj publici“.[4] S obzirom na teorijske pretpostavke Morrisa i Ogan, Mato Brautović online medije definira kao „web stranice kojima je svrha informiranje korisnika, i to neovisno o tome radi li se o informativno-političkom, zabavnom ili nekom drugom sadržaju te neovisno o tome radi li se o digitalnom izdanju klasičnih medija ili o novom mediju. Pritom one ostvaruju masmedijski učinak ili imaju potencijal za njegovo ostvarivanje.“[5]

Online mediji, bilo da se radi o klasičnim medijima koji su modernizirani i prebačeni u digitalno okruženje (npr. tisak – elektronska izdanja i web portali Jutarnjeg ili Večernjeg lista, radio – web portal Antena Zagreb, televizija – web portal HRT-a itd.) ili sasvim novi mediji koji svoj sadržaj kreiraju isključivo online – bez baze u tradicionalnim medijima (nacionalni web portali index.hr, t-portal.hr, net.hr ili brojni lokalni portali) po svojim karakteristikama razlikuju se od klasičnih medija, a najvidljivija razlika je u načinu na koji se te novosti prezentiraju.

Za razliku od tradicionalnih medija u kojima novinari i urednici djeluju u nekoliko uloga u javnoj sferi – „kao čuvari javnog interesa, kao planeri tema koje će se javno prezentirati te kao svojevrsni selektori izvora novosti (gatekeeperi)“[6] upravo je zadnje spomenuta uloga u online svijetu promijenjena pa tako urednici i novinari više nemaju potpuni kontrolu sadržaja, tj. sve manje mogu utjecati u odlučivanju o plasiranju sadržaja s primarnih izvora informiranja (agencije i službena izvješća) jer su oni postali jednako dostupni svima (posebno službena izvješća i priopćenja koja su dostupna na internetskim stranicama raznih institucija). Ono što je ranije bilo dostupno samo pretplaćenim novinskim redakcijama, danas je dostupno svima. „Korisnici mogu promatrati vijesti dok se događaju – mogu promatrati sve greške i netočnosti (...) ako vide 'istinu' iz više izvora postaju otporniji na predrasude i pristranost.“[7]

Razlika se može vidjeti i u načinu na koji se novosti i informacije prezentiraju u online medijima koji se odlikuju karakteristikama poput – interaktivnosti, multimedijalnosti, nelinearnosti, povezanosti, arhiviranosti i neposrednosti. To su glavni elementi putem kojih

[4] http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.1996.tb00174.x/full

[5] M. Brautović: Online novinarstvo, Školska knjiga, Zagreb, 2011., str.13.

[6] Z. Peruško: Uvod u medije, Naklada Jesenski i Turk, Zagreb, 2011, str. 24.

[7] Rudin, R., Ibbotson, T.: Uvod u novinarstvo, Osnovne tehnike i temeljna znanja, MATE d.o.o., Zagreb, 2008., str. 95.

razlikujemo internetske od tradicionalnih medija i koje služe kao temelj za pripremu i realizaciju online novinarskih formi. Kasnije u radu ćemo se više i detaljnije dotaknuti ovih posebnosti koji sadržaj online medija čine drugačijim u odnosu na tradicionalno prezentirane sadržaje.

Temeljnu komparativnu prednost online medija u odnosu prema klasičnim medijima Brautović vidi u tome što u online medijima ne postoje vremenska i prostorna ograničenja kakva postoje primjerice u tisku ili na televiziji pa tako internet online medijima omogućuje objavljivanje sadržaja u globalnim razmjerima neposredno nakon događaja ili u stvarnom vremenu. Kao glavni nedostatak navodi tehnički problem isporuke informacija jer, da bi se do informacije došlo, potrebno je posjedovati računalo ili mobilni uređajem s vezom na internet kako bi se pristupilo sadržajima na web stranicama.

Što se samih vrsta online medija tiče, Bruce Garrison definirao je četiri modela online medija: dvadesetčetverosatni model, model oglasni prostor zajednice, nadomjestni model i ekskluzivni model.[8] Nama najzanimljivija vrsta, kojom ćemo se u ovom radu i baviti jest – dvadesetčetverosatni model – internetski portal koji po svojoj osnovnoj svrsi odgovara funkcijama dnevnog tiska ili informativne emisije televizijskog ili radijskog programa. Oni se svakodnevno iz sata u sat ažuriraju novim sadržajima, a funkcija je ista kao i kod klasičnih medija – informirati korisnike, a u današnje vrijeme istovremeno i zabaviti te što dulje zadržati pažnju i posjećenost.

[8] M. Brautović: Online novinarstvo, Školska knjiga, Zagreb, 2011., str. 14.

3. Internetski portali kao novi oblici medija

3.1. Osnovne karakteristike internetskih portala

Informacijsko doba u kojemu živimo najviše određuje tehnološki napredak, a pravovaljana informacija postaje od velike važnosti za korisnike. Upravo ta svakodnevna potreba društva za novim informacijama dovela je do stvaranja internetskih portala kao novih oblika medija za plasiranje informacije. Sve veći broj internet stranica koje se bave svakodnevnom objavom informacija i novosti potvrđuje tezu da je u društvu prepoznata prednost i brzina informiranja koju donosi internet.

Internet portale, bilo da se radi o onima koji pokrivaju sadržaje nacionalne razine ili oni koji su lokalnog karaktera, možemo definirati kao „stranicu“ ili „prolaz“ koja jest ili namjerava biti glavna polazna stranica korisnicima pri spajanju na internet, ili stranica do koje korisnici dolaze kao središnje“[9]. Vode prema različitim sadržajima – vlastitim ili prema sadržajima smještenim na drugim internet stranicama do kojih se dolazi preusmjeravanjem putem vanjskih poveznica – linkova. Osim pregleda raznih informacija portali omogućuju korisnicima i korištenje servisa poput chata ili bloga, komentiranja na forumima, a razlikujemo portale opće namjene od onih koji su specijalizirani za određena područja. Svima njima je zajednička namjera da smanje prenatrpanost informacijama kojima internet obiluje te da iz te „šume informacija“ filtriraju korisne sadržaje koji će biti zanimljivi čitateljima.

Specijalizirani portali svoje sadržaje prilagođavaju određenoj ciljanoj grupi korisnika što znači da članci, vijesti, reportaže, linkovi i sve ostalo što je dostupno na portalu bude dobro selektirano kako korisnici ne bi gubili vrijeme na nepotrebna pretraživanja. To bi ih u konačnici moglo odvratiti od ponovne posjete. Problem nepreglednosti zbog velike količine sadržaja može se riješiti dobrom strukturiranošću portala te sustavom pretraživanja sadržaja unutar samog portala, a s obzirom da su informacijske naravi „poželjno je da pružaju kratke novosti, gdje se nameće problem ažurnosti jer stare vijesti zapravo i nisu neke vijesti.“[10]

Osim dinamičnosti koja omogućuje pružanje informacija u realnom vremenu, bitna karakteristika portala jest interaktivnost koja privlači korisnike da se ponovno vrate. Tome najviše pridonose forumi, oglasne ploče, ankete i chatovi koji korisnike ponovno privlače kako bi pročitali odgovor na pitanje ili primjerice vidjeli reakciju na neku vlastitu izjavu čime portali

[9] https://www.udruga-point.hr/wp-content/uploads/POINT-Internet-novinarstvo-prirucnik.pdf

[10] http://web.zpr.fer.hr/ergonomija/2003/tomasic/dokumentacija.pdf

postaju više od obične web stranice i pružatelja informacija. Portali moraju zadovoljiti i formu što jednostavnijeg dizajna radi lakšeg snalaženja, a uz to dozvoljavaju i proizvodnja medijskog sadržaja koju korisnici sami obavljaju snimanjem videozapisa ili pisanjem tekstualnih formi (pojava građanskog novinarstva). Važna odlika je i mogućnost distribucije tih sadržaja putem mreža koji postaju alternativnim izvorima informacija. Ovome treba pridodati i karakteristiku stalne dostupnosti sadržaja koji mora biti korisnicima na dohvat ruke, bilo gdje i bilo kada, posebno danas kada velika većina njih raspolaže pametnim prijenosnim uređajima kojima se povezuju na internet.

3.2. Specifičnosti hrvatskih internetskih portala

Internetski portali su u velikoj mjeri produžetak njihovog tiskanog, radijskog ili televizijskog izdanja (u Hrvatskoj su najpopularniji – jutarnji.hr, vecernji.hr, dnevnik.hr, hrt.hr), ali kada se promatra posjećenost portala putem specijaliziranih internet servisa poput Alexe[11], vidljivo je kako se na vrhu nalazi portal koji djeluje kao samostalni medij i koji se izdaje jedino u obliku internetske elektroničke publikacije – index.hr.

Među deset najpopularnijih portala u Hrvatskoj koji su samostalni mediji nalaze se još – net.hr, tportal.hr, forum.hr te specijalizirani portal njuskalo.hr. Korisnici najviše posjećuju news i lifestyle portale bez obzira na to radi li se o elektroničkim izdanjima dnevnog tiska ili web portala za vijesti, a „unutar 30 najposjećenijih hrvatskih web stranica prema rang listi koju donosi Alexa gotovo polovina servira dnevne vijesti plus gomilu popratnog zabavnog sadržaja.“[12]

Treba naglasiti i da je ekspanzija online medija u posljednjih desetak godina uzrokovala i smanjenje interesa za radijem i televizijom kod mlađe populacije, a pad prodaje novina i kriza tiska svjedoče o tome koliko su online mediji preuzeli primat na medijskom tržištu. Sva relevantna tiskana izdanja u većini slučajeva dostupna su u svojim online oblicima i to najčešće besplatno, dok se određeni sadržaji ipak plaćaju – vecernji.hr nudi svoj „premium sadržaj“ koji definiraju kao uslugu koja „nadograđuje svakodnevni besplatan sadržaj portala vecernji.hr i donosi nove i ekskluzivne priče dosad dostupne samo u tiskanom izdanju Večernjeg lista.“[13]

[11] http://www.alexa.com/plans?ax_atid=1696f79b-4c9a-4877-91e4-adf84e891355

[12] http://www.sidrome.com/najposjecenija-hrvatska-web-stranica/

[13] http://www.vecernji.hr/premium-izlog

Radio i televizija također su prošli fazu tehnološke prilagodbe pa svoje sadržaje nude putem usluge na zahtjev, koja korisnicima omogućava naknadni pregled sadržaja (HRT se dodatno modernizirao krajem 2015. godine svojom novom uslugom – HRTi[14] kojom sadržaje korisnicima donosi u visokoj kvaliteti uz dodatne funkcionalnosti no glavno mjesto informiranja i zasigurno jedan od najznačajnijih online medija današnjice ostaju novinarski internetski portali na kojemu novinari objavljuju više ili manje bitne informacije namijenjene javnosti.

Ne smijemo izostaviti niti društvene medije i mreže bez kojih je teško očekivati da će portali dosegnuti zadovoljavajući broj čitatelja. Blogovi i mikroblogovi također na internetskoj platformi funkcioniraju kao mediji s velikim utjecajem, osobito među mladom populacijom koja ih koristi i kao sredstvo informiranja i komunikacije.

Tehnološke karakteristike novih medija i njihova implementacija u svakodnevni život, omogućile su, i „nove oblike medijskih praksi koje koriste karakteristike interaktivnosti i lakše distribucije sadržaja te stvaranje temelja za razvoj novih društvenih odnosa među korisnicima“[15]. Te nove medijske prakse nazivaju se e-novinarstvo, a uz to se paralelno razvio i jedan drugačiji tipa novinarstva – „građansko novinarstvo“[16].

Po svojim karakteristikama građansko novinarstvo odudara od klasičnog oblika, a na sudjelovanje u kreiranju sadržaja i participiranju u javnim diskusijama pozvani su svi korisnici javnog medijskog prostora. O razvoju, temeljnim odrednicama i karakteristikama e-novinarstva u svijetu i Hrvatskoj bit će riječi u sljedećem poglavlju.

[14] https://hrti.hrt.hr/#/

[15] Z. Peruško: Uvod u medije, Naklada Jesenski i Turk, Zagreb, 2011, str. 37.

[16] Z. Peruško: Ibid., str. 80.

4. Temeljne odrednice e-novinarstva

Razvojem informacijskih tehnologija, digitaliziranjem medija došlo je i do stvaranja novog oblika novinarstva za koje se koriste različiti nazivi poput – internetskog novinarstva, digitalnog novinarstva, online novinarstva ili e-novinarstva. Unatoč različitim nazivima temelj je isti, najjednostavnije rečeno – radi se o drugačijem obliku novinarstva (s čvrstom osnovom profesionalnih standarda tradicionalnog novinarstva) koje se razvilo zahvaljujući ekspanziji interneta odnosno, razvili su ga oni mediji koji su „pokrenuli svoje web stranice, gdje su u početku mehanički prenosili vijesti svojeg medija na internet, no ubrzo se pokazalo kako je to loše rješenje te da internet pruža velike mogućnosti izražavanja, te da napreduju one stranice koje to znaju iskoristiti.“[17]

4.1. E-novinarstvo kao nova medijska praksa

E-novinarstvo u biti spaja stari i novi koncept – klasično novinarstvo s naprednom tehnologijom putem koje se sadržaj objavljuje i distribuira prema korisnicima. „Radi se o staroj praksi koja je stavljena u novi kontekst odnosno o sintezi tradicije i inovacije.“[18] E-novinarstvo se definira kao „prezentiranje novosti na World Wide Webu ili drugim internetskim servisima, što uključuje novosti koje nude tradicionalne novinske organizacije te netradicionalni izvori, kao internetski pružatelji usluga, elektronički oglasni prostori, web magazini i diskusijske liste“[19]. Mark Deuze pak e-novinarstvo definira kao novi oblik medijske prakse tzv. „četvrtim tipom novinarstva koje se zbog korištenja tehnoloških komponenti razlikuje od tradicionalnog novinarstva.“[20]

Ono što je zajedničko definicijama jest naglasak na – specifičnom načinu prezentacije informacija i distribucije putem interneta, a na tom tragu je i Mato Brautović koji e-novinarstvo definira kao “nov način prezentiranja novosti, u skladu s karakteristikama interneta, te njihove distribucije posredstvom online medija.“[21]

[17] Malović, S.: Osnove novinarstva, Golden marketing – Tehnička knjiga, Zagreb, 2005., str. 337.

[18] Kawamoto, K.: Digital Journalism: Emerging Media and the Changing Horizons of Journalism, Rowman & Littlefield publishers Inc., New York, 2003., str. 4.

[19] Brautović, M.: Online novinarstvo, Školska knjiga, Zagreb, 2011., str. 15.

[20] http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/893/802#d2

[21] Brautović, M.: Ibid, str. 15.

Može se smatrati kako je e-novinarstvo samo produžetak tradicionalnog novinarstva, posebice ako se promatraju primjeri iz hrvatske medijske sfere jer ne ispunjavaju u potpunosti sve kriterije koje ovaj novi oblik mora ispuniti, a to su prema Dougu Millisonu: pristup istodobno s događajem, kasniji pristup, interaktivnost i multimedijalnost. Kawamoto ovim karakteristikama još dodaje i „hipertekstualnost, nelinearnost te korisničko prilagođavanje sadržaja, a ukoliko su ispunjeni svi ovi uvjeti tada se može govoriti o e-novinarstvu. Ono uključuje sve ove kriterije, no treba imati na umu da se promjenom tehnologije mijenjaju koncepti i instituti novinarstva.“[22]

Mike Ward također vezuje karakteristike e-novinarstva s posebnostima interneta, poput: neposrednosti, višestranosti, multimedijalnosti, raznolikost distribucije, arhiviranosti, nelinearnosti, interaktivnosti i povezivanja poveznicama. Ove temeljne karakteristike u nastavku rada objasnit ćemo i detaljnije prikazati na praktičnom primjeru upotrebe karakteristika u lokalnim koprivničkim news portalima – epodravina.hr te drava-info.hr

Neosporno je da je došlo i do velike promjene uloge novinarstva i same profesije novinara. Deuze tako ocjenjuje da se promjena može promatrati na dva načina. “Prvo, internet je veliki izvor informacija za sve novinare različitih medija te na taj način pomalo preuzima ulogu informativne agencije. I drugo, novinari koji rade za internetske portale, moraju svoj rad u što većoj mjeri uskladiti s karakteristikama internetskog medija što dovodi do novog oblika novinarstva.“[23]

Bitno je naglasiti da ipak treba razlikovati e-novinarstvo od proizvoljnog objavljivanja medijskog sadržaja na internetu koji korisnici u velikoj mjeri koriste i na što ih uostalom novi mediji i pozivaju – participacija i interaktivnost korisnika rezultira oblikom tzv. građanskog novinarstva. Gordana Vilović primjećuje problem jer novinari ponekad i svjesno prepuštaju svoju profesiju ljudima koji se za nju nisu obrazovali i koji sigurno ne mogu nepoznavanje struke nadomjestiti tehničkim znanjima koja možda posjeduju.

Možda se čak može govoriti i o kraju novinarstva kakvo poznajemo jer danas u profesiji „novinari prestaju biti medijatori između događaja i finalnog proizvoda (...) sve češće rade prema načelu one-man-band: pišu, snimaju, postavljaju priloge na web stranice, rade sve što konvergentna redakcija od njih zahtjeva.“[24]

[22] Kawamoto, K.: Digital Journalism: Emerging Media and the Changing Horizons of Journalism, Rowman & Littlefield publishers Inc., New York, 2003., str. 5.

[23] http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/893/802#d2

[24] Z. Peruško: Uvod u medije, Naklada Jesenski i Turk, Zagreb, 2011., str. 80.

4.2. Online forme i osnovna pravila za online novinare

Od online novinara očekuje se da „poznaje rad sa sustavima za objavljivanje sadržaja online, mora poznavati osnove HTML-a i CSS-a. Također, online novinar mora poznavati osnove Adobe Photoshopa i ostalih softvera za obradu videa i audiozapisa kako bi multimedijski sadržaj online medija bio što bolji.“[25] Što se novinarskih formi tiče, one se podudaraju s klasičnim novinarskim formama, no razlika je u tome što nastoje iskoristiti sve prednosti koje donosi internet, tj. informacija koja je prvenstveno namijenjena za objavu u nekom od klasičnih medija mora istovremeno biti prilagođena i za objavljivanje na internetu. „Razlikujemo ove vrste online formi: pisane forme, audioforme i videoforme, fotogalerije i infografike (...) pri njihovoj uporabi novinari se trebaju voditi ovim pravilima: tekstom se nešto objašnjava, multimedijima se prezentira, a interaktivnost uključuje korisnika.“[26]

Brautović navodi i pravila kojih bi se novinari trebali pridržavati: „činjenice, nazive i imena treba prezentirati tekstualno jer im tako korisnici pridaju više pozornosti, a nepoznate pojmove bolje je prezentirati multimedijom“[27]. Multimedijalnost kojom se korisnicima prezentira sadržaj u obliku audio i video zapisa, zvuka i fotografije sigurno je najveća komparativna prednost nasuprot tradicionalnim novinarskim oblicima u klasičnim medijima. Interaktivnost kao jedna od glavnih karakteristika e-novinarstva znači da korisnika treba uključiti u personaliziranje, odabir i kreiranje putem komentara, odabira linkova, popunjavanjem anketa, ocjenjivanjem sadržaja itd.

Korisnike online medija, naglašava Brautović, privlače „velike i aktivne fotografije koje vjerno prikazuju stvarne događaje u stvarnom vremenu“[28]. Fotografije u e-novinarstvu najčešće služe kao dodatak tekstu jer istraživanja pokazuju kako „većina korisnika koji koriste internet najviše zanimanja pokazuju za pisanu riječ“[29] no mogu postojati i kao zasebna forma, u obliku fotogalerija koje se u hrvatskim online medijima sve više koriste (za primjer se može navesti portal jutarnji.hr koji svakodnevno kreira nove galerije fotografija različite tematike[30]). Fotografije u takvim galerijama nemaju neki pravilan poredak već se njima može pristupati nelinearno, a mogu sadržavati i kratki opis s dodatnom informacijom.

[25] Brautović, M.: Online novinarstvo, Školska knjiga, Zagreb, 2011., str. 16.

[26] Brautović, M.: Ibid, str. 54.

[27] Brautović, M.: Ibid, str. 65.

[28] Brautović, M.: Ibid, str. 81.

[29] Rudin, R., Ibbotson, T.: Uvod u novinarstvo, Osnovne tehnike i temeljna znanja, MATE d.o.o., Zagreb, 2008., str. 99.

[30] http://www.jutarnji.hr/tisuce-ljudi-oprastaju-se-od-davida-bowiea/1495872/?secId=79&foto=4

Osim fotografija u online novinarstvu susrećemo se i s audio zapisima koji se najčešće upotrebljavaju za nadopunu tekstualnih dijelova izjavama sugovornika/aktera. Video kao online forma također je vrlo popularan oblik prezentacije u e-novinarstvu, no hrvatski portali vrlo rijetko koriste ovu formu uglavnom zbog nedostatka tehnike i novinarskog nepoznavanja medijskih alata. Video forme koriste online mediji koji iza sebe imaju televizijsku infrastrukturu, pa je tako vidljivo da portali javnih televizija (HRT, RTL, NOVA TV) svoj tekstualni sadržaj koji objavljuju na internetu obogaćuju video prilozima[31].

Takve televizijske forme su skraćene i prilagođene za internetski medij, a omogućuju veću dinamiku i u tome prednjači HRT[32] koji je u posljednjih godinu značajno podigao razinu multimedijalnosti i modernizirao svoj portal.

Za razliku od svjetskih trendova hrvatsko e-novinarstvo koje se prakticira na državnoj razini (lokalni portali ga uopće ne koriste!) vrlo malo koristi novinarske forme koje u sebi sadržavaju interaktivnost, a to su informacijske grafike i multimedijski specijali. Infografike su specifične po tome što kombiniraju tekst, audio zapis, fotografiju, video, ilustraciju da bi prezentirale neku informaciju na zanimljiv i razumljiv način korisniku.

Multimedijski specijali su u biti jedine prave forme e-novinarstva koje kombiniraju sve navedene forme (tekstualne i audio forme, fotografije, video, infografike...), a glavna odrednica im je nelinearnost. Zbog velike zahtjevnosti za izradu takvog specijala (potreban je velik broj novinara, dizajnera i montažera te detaljna priprema sadržaja), on se u Hrvatskoj gotovo i ne koristi ponajviše zbog manjka novinara koji posjeduju više vještina za izradu takvih složenih formi.

[31] Najčešće su to video prilozi koji se koriste u televizijskim informativnim emisijama, a služe kao nadopuna pisane online forme, npr. prilog na internetskoj stranici http://dnevnik.hr/vijesti/hrvatska/bozo-petrov-sastavili-smo-sinoc-listu-kandidata-za-ministre---422706.html

[32] U usporedbi s ostalim javnim televizijama, HRT ima mnogo više pisanih formi s video prilozima, a u nekim člancima se za prezentiranje sadržaja koristi i veći broj video priloga, npr. prilog na internetskoj stranici http://www.hrt.hr/316962/vijesti/eksplozije-u-centru-istanbula

5. Razvoj i sadržaj e-novinarstva u Hrvatskoj

5.1. Prvi online mediji u Hrvatskoj

Prvi online mediji javljaju se tijekom 1994. godine, nakon što je tadašnje Ministarstvo znanosti i tehnologije pokrenulo projekt pod nazivom Carnet[33], a koji je omogućio prvo povezivanje Hrvatske i svjetske računalne mreže internet. Tijekom 1994. godine kreiraju se prve hrvatske internet stranice, a prvi mediji koji su krenuli s objavom informacija bili su nacionalna televizija te informatički magazini Bug i Byte.

Treba imati na umu da su, iako je postojao određeni broj online medija, jedine aktualne informacije objavljivane na internetu bile vijesti HRT-a, a koje su bile „u stvari samo prijepis radio i TV vijesti, bez dodatne obrade za internet.“[34] Osim navedenih medija u Hrvatskoj su do 1998. od deset postojećih dnevnih novina „web stranicu imali samo Glas Istre i Večernji list koji nisu imali sadržaj prilagođen internetu već se radilo o prebacivanju tiskanog oblik u cijelosti na novi medij. Online izdanje Vjesnika pokrenuto je u listopadu 1998. godine, Slobodna Dalmacija svoje online izdanje pokrenula je u lipnju 1999. godine, a posljednji klasični medij koji je pokrenuo online izdanje bio je Jutarnji list i to tek u prosincu 2005. godine“[35]. Svi ovi dnevni listovi imali su klasične i statične sadržaje na svojim stranicama, a jedino je internetska stranica monitor.hr svakodnevno mijenjala sadržaj i prilagođavala ga korisnicima.

Razlog kašnjenju u pokretanju hrvatskih online izdanja može se pronaći u malom broju internet korisnika kojih je do kolovoza 1999. godine bilo svega 6 posto od ukupne populacije te u zakašnjeloj digitalizaciji i informatizaciji novinarskih redakcija. Broj korisnika interneta u Hrvatskoj se s vremenom povećao – samim time razvijalo se i e-novinarstvo. Prema istraživanju Internet World Statsa iz 2010. godine, broj korisnika interneta od 2000. do 2010. godine povećao se s 200 tisuća na otprilike 2 milijuna i 200 tisuća korisnika što znači da je 2010. godine 50 posto stanovništva bilo povezano.[36] Najnoviji podatci govore kako je s obzirom na upotrebu interneta

[33] http://www.carnet.hr/o_carnetu/o_nama/povijest_carneta

[34] Malović, S.: Hrvatska na Internetu: Neiskorištene mogućnosti, Trenutak hrvatske Komunikacije, Fakultet političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu, Zagreb, 1995., str. 31.

[35] Brautović., M.: Razvoj hrvatskog online novinarstva 1993-2010., Medianali – znanstveni časopis za medije, novinarstvo, masovno komuniciranje, odnose s javnostima i kulturu društva, 2010., Vol. 4 No. 8, str. 29.

[36] http://www.internetworldstats.com/eu/hr.htm#links

Hrvatska na 27. mjestu među državama članicama EU[37], odnosno 65 posto stanovništva koristi se internetom – komuniciraju i traže informacije.

Do promjene percepcije e-novinarstva u Hrvatskoj dolazi krajem 1999. godine na valu političkih promjena zahvaljujući pokretanju internetske stranice Izbori.net koju je osmislio urednik i vlasnik Matija Babić. Niti jedan online medij do tada nije bio tako popularan i utjecajan, pratio je izbore na nekonvencionalan način, brzo je izvještavao i u konačnici brojni korisnici su se okrenuli upravo toj stranici kao primarnom izvoru informiranja. Babić je pokretač i urednik najpopularnijeg internet portala u Hrvatskoj – index.hr[38].

Jednaki novinarski status online mediji su postigli 2003. godine koja se može smatrati „prijelomnom kad je u pitanju online novinarstvo, budući su online mediji po broju korisnika postali konkurentni klasičnima, a Hrvatsko novinarsko društvo je počelo dodjeljivati nagrade i online novinarima“[39].

Situacija je danas mnogo drugačija, na internetu postoji velik broj stranica i sve je više portala koji se bave e-novinarstvom. Popis svih registriranih portala u Hrvatskoj, dostupan je na stranici hrportali.com[40] i svakodnevno se obnavlja, a prema javno dostupnim podatcima i rezultatima istraživanje tvrtke gemiusAudience[41] koja prati posjećenost 100 najčitanijih web stranica u Hrvatskoj na vrhu su portali: 24sata.hr. i jutarnji.hr. koji mjesečno bilježe do milijun aktivnih korisnika (broj posjeta se kreće između 6 i 7 milijuna mjesečno). Među prvih deset portala koji se bave e-novinarstvom još se nalaze: vecernji.hr, net.hr, dnevnik.hr, tportal.hr, telegram.hr, rtl.hr, slobodnadalmacija.hr (zanimljivo je da ovim istraživanjem nije obuhvaćen i index.hr koji prema drugim izvorima poput servisa Dotmetrics drži čelno mjesto u posjećenosti hrvatskih portala – očito se radi o poslovnoj politici vodstva portala da ne budu obuhvaćeni Gemiusovim istraživanjem[42]).

[37] http://ec.europa.eu/digital-agenda/en/scoreboard/croatia#3-use-of-internet

[38] http://www.index.hr/index/default.aspx?id=2

[39] Brautović., M.: Razvoj hrvatskog online novinarstva 1993-2010., Medianali – znanstveni časopis za medije, novinarstvo, masovno komuniciranje, odnose s javnostima i kulturu društva, 2010., Vol. 4 No. 8, str. 23.

[40] http://www.hrportali.com/

[41] http://www.audience.com.hr/

[42]https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10153557575273088&set=pb.660253087.2207520000.1452689594.&type=3&theater

5.2. Prilagodba sadržaja i korištenje internet karakteristika na hrvatskim internetskim portalima

Od svojih početaka ranih 90-ih hrvatski online mediji svoj sadržaj nisu prilagođavali internetu kao novom mediju, odnosno u prezentaciji sadržaja nisu bile iskorištene sve karakteristike koje on nudi – interaktivnost, nelinearnost, multimedijalnost itd. Stjepan Malović u analizi sadržaja online medija koje je proveo 1998. godine, navodi kako "malobrojne elektroničke novine koje se proizvode u Hrvatskoj nisu još razvile pravi stil izražavanja, već uglavnom preslikavaju novinski tekst, kombiniran sa slikama, tonom i katkad animacijom."[43]

Prilagodba sadržaja internetu je prvi dio problema s kojim se suočava e-novinarstvo dok se drugi dio odnosi na sadržaj koji je više manje sličan kao i u dnevnim novinama. Može se reći kako je on raznovrstan te pokriva područja kao što su: politika, informativne vijesti, sport, lifestyle, kultura, znanost. Vanesa Benković i Ivan Balabanić proveli su analizu sadržaja najposjećenijih hrvatskih internetskih portala index.hr-a, net.hr-a, i t-portala i to u dvije razine: prvoj u kojoj se ispituje poštuju li portali pravila internetskog novinarstva uzimajući u obzir same karakteristike medija, i drugoj u kojoj se promatraju glavne karakteristike sadržaja.

Rezultati istraživanja su pokazali kako najpopularnij hrvatski internetski portali u najvećoj mjeri objavljuju informacije vezane uz teme iz „područja tzv. lake zabave, ali i područje kriminaliteta koje posjeduje informacijsku vrijednost prvenstveno zbog svoje negativne prirode. Slabo su zastupljeni sadržaji vezani uz gospodarstvo, znanost, religiju, socijalnu problematiku te razne aktivnosti civilnog društva."[44]

Istraživanje pokazuje kako novinari internetskih portala sadržaje u većini slučajeva obrađuju površinski, bez ulaženja u dublje analize, već se oni samo opisuju, a ne iznose se nikakvi vrijednosni sudovi glede sadržaja. Razlog se može detektirati u ograničenosti sredstava kojima portali raspolažu te činjenicom da na portalima radi vrlo mali broj novinara i urednika, a u nekim slučajevima „jedna osoba sama obrađuje i po nekoliko različitih rubrika. Jasno je da je zbog toga rad na portalu u puno većoj mjeri rad u redakciji negoli na terenu. U pojedinim online medijima novinar prosječno proizvede do 20 različitih napisa (sadržaja) dnevno."[45]

[43] Malović, S.: Stilska obilježja elektroničkih medija, Novi mediji '98., Fakultet političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu, Zagreb, 1998., str. 87.

[44] Benković, V. i Balabanić, I.: Analiza sadržaja najposjećenijih hrvatskih internetskih portala (2010.), Medijska istraživanja, god.16, br. 2, str. 51.

[45] Brautović, M.: Online novinarstvo, Školska knjiga, Zagreb, 2011., str. 32.

Često se zbog toga događa da se materijali tiska ili materijali pripremljeni za video i radio emitiranje jednostavno prebacuju na portale, a dominantan model prikupljanja i produkcije postaje preuzimanje s drugih online medija te masovna upotreba službenih priopćenja koja se više ni ne prilagođavaju u novinarsku formu. Kvaliteta sadržaja pokušava se nadopuniti i preuzimanjem sadržaja koje nudi profesionalna novinska agencije HINA.

Treba napomenuti da se zbog toga javlja ogroman problem copy-paste novinarstva jer portali doslovno prebacuju Hinin tekst u svoje sustave, a da ih ne prerade, prošire ili nadopune pa tako na različitim portalima praktički čitamo iste tekstove – različita je samo oprema teksta. (Za primjer se mogu navesti vijesti – „Svjetski mediji o premijeru Oreškoviću“[46] objavljenoj na portalu hrt.hr i vijest objavljena na portalu index.hr – „Svjetske agencije: Oreškovićeva vlada obilježava povratak HDZ-a na vlast“. Analizom sadržaja vidljivo je da se radi o istoj vijesti koja je preuzeta od Hine.)

Lokalni portali za razliku od nacionalnih (pa tako i epodravina.hr i drava-info.hr) u manjoj mjeri koriste Hinu kao izvor (osim kada se radi o vijestima iz koprivničkog područja) već se više orijentiraju na službena priopćenja i PR objave. Istraživanje je pokazalo i da u otprilike 20 do 30 posto analiziranog sadržaja autori nisu novinari tog portala, nego da je riječ o prenošenju informacije s neke druge internetske stranice ili od informativnih agencija.

Benković i Balabanić zaključuju da hrvatski portali ne koriste sve karakteristike interneta pa se tako u gotovo 80 posto priloga koristi forma klasičnih tiskanih medija (tekst i fotografija), a primjetno je i da sadržaji nisu dovoljno povezani putem hiperlinkova. „Korištenje multimedijalnih osobina internetskog medija, to jest istovremeno korištenje teksta, slike i videomaterijala, zabilježena je u približno deset posto priloga, što je prilično mali udio s obzirom na važnost multimedijalnosti za internetski medij“[47].

Autori smatraju kako uz nedovoljno iskorištavanje tehnoloških mogućnosti najveći problem e-novinarstva jest naglašavanje područja tzv. lake zabave. Novinarski rad je uglavnom površinski bez potrebnih dubinskih analiza problematike, a sve veća „orijentacija prema sadržajima komercijalnog karaktera znatno pridonosi jačanju općeg trenda komercijalizacije medijske scene.“[48] Sve navedeno tiče se portala nacionalnog karaktera, a isto se može preslikati i na lokalne portale, koji svoje sadržaje formiraju prema potrebama sredina koje pokrivaju.

[46] http://www.hrt.hr/318660/vijesti/slovenski-mediji-nova-hrvatska-vlada-posvecena-gospodarstvu

[47] Benković, V. i Balabanić, I.: Analiza sadržaja najposjećenijih hrvatskih internetskih Portala (2010.), Medijska istraživanja, god.16, br. 2, str. 51.

[48] Benković, V. i Balabanić, I.: Analiza sadržaja najposjećenijih hrvatskih internetskih

Razlika koja se može uočiti odnosi se na upotrebu PR priopćenja koja se u velikoj mjeri koriste na lokalnim portalima jer u redakcijama obično radi manji broj novinara koji često ne stignu producirati dovoljno sadržaja. Priopćenja na taj način sve više postaju temelj sadržaja lokalnih portala što zasigurno nije smjer u kojem bi se e-novinarstvo lokalne razine trebalo kretati.

Valja spomenuti i problem naplaćivanja sadržaja na portalima, što je u Hrvatskoj rijetkost pa se većina „profitnih portala" financira iz naplate oglasnog prostora. Neki vodeći portali kao što je večernji.hr dio svog sadržaja nudi kao „premium kategoriju" koja se plaća (većinom se radi o intervjuima i komentarima koji pišu poznate osobe – 24 sata nakon objave oni ipak postaju dostupni svima), no zanimljivo je da konkurentni jutarnji.hr nema sadržaje za koje je potrebno dodatno platiti. Lokalni portali, pa tako i koprivnički drava-info.hr i epodravina.hr svoje sadržaje nude posve besplatno i financiraju se od prodaje oglasnog prostora.

Portala (2010.), Medijska istraživanja, god.16, br. 2, str. 52.

6. Nastanak i razvoj koprivničkih informativnih portala epodravina.hr i drava-info.hr

Online mediji polako preuzimaju primat nad klasičnim medijima kako na nacionalnoj tako i na lokalnoj razini. Iako radio i tisak u lokalnim sredinama poput Koprivnice još uvijek imaju značajan utjecaj, posljednjih godina pojava internetskih portala i porast njihove čitanosti pokazuje da u velikoj mjeri e-novinarstvo sve više utječe na lokalnu zajednicu. Istraživanja pokazuju kako internet za informiranje koristi "gotovo 90% stanovništva u dobi od 15 do 24 godine te više od dvije trećine građana u dobi od 25 do 34 godine, a korisnika interneta razmjerno je mnogo i među osobama srednje i starije dobi".[49] Iako su koprivnički lokalni portali u početku bili okrenuti mlađoj publici, danas su sadržajno (izborom tema i područja kojima se bave) okrenuti svim generacijama, pa se uz zabavni sadržaj nude i ozbiljnije teme iz gospodarstva i politike. Sve je više korisnika srednje generacije koje zanimaju ozbiljnije teme, a podatci tvrtke Dotmetrics[50] pokazuju kako je u prosincu portale koristilo čak 47 posto korisnika u dobnoj grupi 36-60 godina što u konačnici obvezuje portale da svoj sadržaj „uozbilje" i prilagode ukoliko žele zadržati čitatelje.

E-novinarstvo u Koprivnici je zastupljeno od 2008. godine, no za sad postoje tek dva relevantna informativna internet portala koja na dnevnoj bazi donose novosti i informacije građanima Koprivnice i okolice. U prvom redu to je najstariji i najposjećeniji portal – epodravina.hr[51] koji se sve više orijentira na područje cijele Koprivničko-križevačke županije. Uz njega postoji i novoformirani portal koji je prvenstveno usmjeren na zbivanja u gradu Koprivnici i bližoj okolici, a s radom započeo početkom prošle godine – drava-info.hr[52].

Osim razlike u području koje pokrivaju, portali se razlikuju i po tome što je epodravina.hr samostalni medij dok drava-info.hr u određenom dijelu ima karakteristike produžetka lokalnog radija – Radio Drave (zajednička redakcija, marketing, novinari), no on ipak ne funkcionira isključivo kao portal radija već nudi i sadržaje tipične za e-novinarstvo klasičnih informativnih portala. U nastavku rada će se detaljnije analizirati sličnosti i različitosti ova dva portala u smislu strukture i organizacije, rubrika i novinarskih žanrova koje koriste te razine implementacije temeljnih karakteristika e-novinarstva koje su u radu ranije navedene.

[49] Brautović, M.: Online novinarstvo, Školska knjiga, Zagreb, 2011., str. 20.

[50] http://www.dotmetrics.net/

[51] http://epodravina.hr

[52] http://drava-info.hr

6.1. Osnovne karakteristike portala epodravina.hr i drava-info.hr

Internetski portal epodravina.hr nastao je 2008. godine spajanjem internetskih stranica Partyloop.com i Kc.info koje su se sadržajno razlikovale. Partyloop je od 2002. godine objavljivao vijesti iz društvenog i noćnog života Koprivnice, dok je stranica Kc.info bila usmjerena na političke teme i sport. Vijesti su se objavljivale rijetko, a 2008. godine vlasnici su odlučili ujediniti ova dva portala te je nastala Koprivnica.net, danas najčitaniji online medij u gradu i županiji. Krajem prošle godine portal mijenja ime u epodravina.hr, ponajviše iz marketinških razloga jer je vlasnička struktura odlučila proširiti područje koje će portal sadržajno pokrivati na cijelu Koprivničko-križevačku županiju.

Portal je dio tvrtke koja se bavi grafičkim dizajnom, a na njemu trenutno rade četiri novinara, jedan fotoreporter, te nekoliko suradnika i kolumnista[53]. Bitno je naglasiti da je, za razliku od prijašnjih godina, redakcija portala popunjena profesionalnim novinarima što je doprinijelo kvaliteti sadržaja, a suradnici koji povremeno pišu za portal studenti su s novinarskih fakulteta (Fakultet političkih znanosti u Zagrebu i Sveučilište Sjever u Koprivnici). Posjećenost varira, ali se može reći da se nalazi na prosječnoj dnevnoj razini od 1500 posjeta, a na mjesečnoj razini portal bilježi između 40 i 50 tisuća posjeta. Prema javno dostupnim podatcima istraživanja GemiusAudience portal je u prosincu 2015. godine posjetilo 51350 korisnika.

Iako je portal osmišljen kao mjesto na kojem bi se mlađa dobna skupina informirala o aktualnostima, vidljivo je kako se profilirao kao medij koji donosi široki spektar informacija bez obzira na dobnu skupinu. Najviše se izvješćuje o aktualnim lokalnim događajima grada Koprivnice, a u zadnje vrijeme portal izvještava i o bitnim zbivanjima iz Križevaca i Đurđevca što je u skladu s planom širenja vlasnika Maria Kosa. Što se tiče sadržaja, portalom dominiraju informativni i zabavni sadržaji odnosno teme lokalne politike, gospodarstva, šoubiznisa, sportska događanja te crna kronika.

Tekstovi su kraćeg formata, najčešće su to forme proširenih vijesti sa solidnom novinarskom opremom i aktualnom fotografijom, no u većini članaka uočava se nedostatak dubine propitivanja teme. Istraživačke forme i reportaže su vrlo rijetke, a primjetno je i korištenje PR objava i priopćenja kojima se popunjava sadržaj. Među brojnim rubrikama ovog portala posebnu pozornost zauzimaju bogate galerije fotografija te interaktivni sadržaji poput foruma, chata i foto oglasnika. Prenose se i vijesti iz drugih medija, a poseban prostor na naslovnici je osiguran za vijesti koje priprema koprivnička gradska uprava te tvrtke koje su u gradskom vlasništvu (poveznice vode prema službenim stranicama grada Koprivnice i tvrtke

[53] http://epodravina.hr/impressum/

GKP Komunalac d.o.o.). Portal za komunikaciju prema korisnicima u velikoj mjeri koristi i društvene mreže – Facebook, Google plus te video servis Vimeo na kojem se mogu naći producirani video materijali.

Portal epodravina.hr dugo je bio jedini informativni portal na području grada, a od početka 2015. godine dobio je konkurenciju u portalu drava-info.hr. Osnovna razlika između dva konkurentska portala jest u tome što je drava-info.hr nastao kao produžetak klasičnog medija – lokalnog gradskog radija u smislu vlasničke strukture, sadržaja koji se prezentiraju te dijela novinarskog kadra koji djeluje u redakciji portala (može se govoriti o nekoj vrsti konvergentne redakcije). Gradska radio postaja – Radio Drava koja je ponajviše okrenuta mlađoj populaciji prepoznala je potrebu da se proširi i na ostale medije s obzirom na to da se mladi najviše informiraju putem internetskih portala, a sve manje ih sluša radijski program.

Redakcija ima profesionalan novinarski kadar, a čine je glavni urednik koji ujedno obavlja i funkciju fotoreportera, dvije novinarke te nekoliko suradnika i kolumnista. Usporedimo li impresum portala[54] s impresumom radio Drave[55], može se primijetiti kako se redakcije podudaraju. Moglo bi se reći da se u ovom slučaju radi o konvergentnoj redakciji koja stvara jedinstven sadržaj koji se po potrebi prilagođava i koristi na dvije različite platforme, no većinu sadržaja za portal ipak stvaraju glavni urednik te dvije novinarke koji radijski voditelji preuzimaju i koriste za svoje potrebe.

Najviše se izvješćuje o aktualnim lokalnim događajima grada Koprivnice, a portal naglasak stavlja na informativni i zabavni sadržaj odnosno teme lokalne politike, gospodarstva te sportska događanja i crnu kroniku. Tekstovi su kraćeg tipa, najviše u obliku proširenih vijesti koje često prema strukturi i sažetosti nalikuju radijskim vijestima.

Novinarska oprema tekstova je slične kvalitete kao i na konkurentskom portalu, no primjećuje se puno veća kvaliteta fotografija koje prate članke u odnosu na epodravina.hr. Fotogalerije uklopljene u članke su bitan segment portala, ne postoji video materijal, a određeni članci su obogaćeni audiozapisima izjava sugovornika. Istraživačke forme, analitički članci i reportaže su vrlo rijetke, koriste se PR objave i priopćenja koja se neznatno modificiraju.

S obzirom na to da se radi o novom gradskom portalu, doseg prema korisnicima je naravno manji, no vidljivo je da portal raste u sadržajnom smislu te se može očekivati kako će se s vremenom i broj korisnika povećati. Do podataka o posjećenosti nismo uspjeli doći jer vodstvo

[54] http://drava-info.hr/impresum/

[55] http://www.radio-drava.hr/kontakt.html

portala tu informaciju čuva kao poslovnu tajnu, a podataka o posjećenosti na javno dostupnim servisima za sada još uvijek nema iako je portal upisan u arhivu weba Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu.[56]

Zaključak o posjećenosti se može izvesti iz podataka koji su dostupni na servisu Alexa, a koji govore kako je čak pet puta slabije rangirana od konkurentskog portala. Prema prometu posjećenosti drava-info.hr je daleko ispod epodravina.hr (nalazi na 2045. ukupne popularnosti svih stranica u Hrvatskoj, dok je epodravina na 550. mjestu!), a i broj sljedbenika na Facebooku ide u korist epodravine.hr koja ima pet puta više korisnika[57] (oko 1900 korisnika je stranicu drava-info.hr obilježilo znakom „sviđa mi se“, a epodravina.hr bilježi oko 10 tisuća korisnika).

Komunikacija prema korisnicima uspostavlja se putem opcije komentara koja je ugrađena u portal, a u velikoj mjeri koriste se društvene mreže na kojima se objavljuju skraćene verzije članaka u obliku najava s poveznicama prema portalu. Uredništvo se odlučilo za Facebook i za Twitter[58] koji u Hrvatskoj tek dobiva zamah, a sudeći prema broju objava i ažurnosti Facebook ipak služi kao primarni kanal komunikacije.

[56] http://haw.nsk.hr/arhiva/vol7/5912/51325/drava-info.hr/author/mojakchr/index.html

[57] https://www.facebook.com/epodravina/likes

[58] https://twitter.com/drava_info

7. Organizacijski i urednički modeli na portalima epodravina.hr i drava-info.hr

Koprivnički informativni portali namijenjeni su ljudima koje zanimaju informacije i vijesti iz lokalne sredine, prvenstveno mlađoj populaciji koja se u velikoj većini informira putem interneta. Takav sadržaj mora biti prezentiran u skladu s osnovnim postulatima e-novinarstva, a ranije u radu smo naveli kako istraživanja pokazuju da nacionalni hrvatski portali ipak ne koriste sve karakteristike interneta odnosno da e-novinarstvo ne ispunjava sve kriterije da bi se u potpunosti moglo svrstati u tu kategoriju. Sadržaji nisu dovoljno interaktivni, povezani putem hiperlinkova, rijetko su u potpunosti multimedijalni te se u gotovo 80 posto priloga koristi forma klasičnih tiskanih medija (tekst i fotografija). Nas u ovome radu zanima u kojoj mjeri se to odnosi na lokalne portale, odnosno koliko koprivnički informativni portali koriste – interaktivnost, multimedijalnost, nelinearnost, povezanost i arhiviranost kao temeljne karakteristike e-novinarstva, koja tematska područja obrađuju i kojim novinarskim formama se služe kako bi prezentirali sadržaj.

7.1. Organizacijski i poslovni model portala

Internetski portali prema Bruce Garrisonu djeluju u nekom od četiri modela: dvadesetčetverosatni model, model oglasni prostor zajednice, nadomjesni model i ekskluzivni model. Oba koprivnička portala spadaju u dvadesetčetverosatni model (uz korištenje nekih elemenata nadomjesnog modela – npr. drava-info.hr dodatno razrađuje pojedine teme koje obrađuje radio Drava) i koji po svojoj osnovnoj svrsi odgovara funkcijama dnevnog tiska ili informativne emisije televizijskog ili radijskog programa. Oni se svakodnevno iz sata u sat ažuriraju novim sadržajima, a najviše se novosti objavljuje u vrijeme najveće posjećenosti, od 10 ujutro do 5 sati poslijepodne.

Što se tiče poslovnog modela, odnosno koncepta na kojem portali temelje svoje poslovanje i prihod, portali koji su organizirani kao tvrtke ili su već dio neke postojeće medijske grupacije, često imaju upravu koja ne broji mnogo članova i koja je zadužena za poslovnu organizaciju, najčešće ima još i odjel za financije, odjel za tehničku podršku (IT odjel) i odjel prodaje odnosno oglašavanja. Nakladnik portala epodravina.hr je tvrtka KOSINUS promidžba i usluge kojom upravlja vlasnik Mario Kos, dok je nakladnik portala drava-info.hr Udruga Drava-Info na čelu koje je Draženka Gačan. Portali nemaju organizirane uprave koje bi se bavile poslovnom organizacijom već njima upravljaju navedene odgovorne osobe. Također ne postoje ni zasebni odjeli za tehničku podršku i marketinški odjel već marketing u slučaju portala

epodravina.hr vodi novinarka Kristina Kos, dok na portalu drava-info.hr taj posao obavlja predsjednica Udruge koja se marketinškim poslovima bavi i na radio Dravi – povezanom i ugovornom partneru portala.

Ulaze u kategoriju profitnih medija koji ne naplaćuju sadržaj (ne postoji pretplata ili „premium“ sadržaj) već ga nude besplatno u cijelosti, a financiraju se iz naplate oglasnog prostora. Da bi ostvarivali profit, moraju osigurati dovoljan broj mjesečnih posjetitelja kako bi i oglašivači imali interes oglašavati svoje proizvode na portalima. Možemo zaključiti kako oba koprivnička portala ispunjavaju samo dio strukture koju nalažu postavke organizacije online medija – najveći su nedostaci u nepostojanju klasičnih odjela za poslovno vođenje, financije i marketing. Ovim poslovima upravljanja na spomenutim portalima bave se u pravilu nakladnici, odnosno vlasnici.

7.2. Organizacija redakcije i modeli uređivanja

Na portalima je na čelu novinarskog odjela glavni urednik kojemu su podređeni urednici rubrika ili drugi urednici zaduženi za pojedine segmente sadržaja koji se planira prezentirati. „Online urednik istovremeno mora biti poduzetnik, planer, menadžer i novinar“[59] te mora posjedovati vještina i znanja koja su inače u klasičnim redakcijama podijeljena na dizajnere, fotografe, snimatelje i urednike. On mora odlučivati o količini informacija koje će se prikupiti vezano uz sadržaj, što će se i prema kojim prioritetima objaviti na portalu te odrediti zadatke novinarima pri čemu treba poštovati pravila jasnoće i fleksibilnosti. Od početka mora biti uključen u proces proizvodnje sadržaja i neprestano komunicirati s novinarima te mora donijeti odluku hoće li se nešto objaviti i u kojoj formi.

U e-novinarstvu postoji nekoliko modela uređivanja online medija, a drava-info.hr i epodravina.hr koriste kombinaciju dva modela – „urednički model i model prema preporuci korisnika“[60]. Glavni urednici donose odluke o proizvodnji i objavi novosti, no velik utjecaj imaju i korisnici koji svojim posjetima daju signal što je čitano više, a što manje. Na temelju toga se i pozicioniraju članci na naslovnici. Drava-info.hr uz naslovnicu članaka ima uključen i brojač pregleda koji je vidljiv svim čitateljima (članci s više pogleda su smješteni više na naslovnici u zasebnom stupcu), dok epodravina.hr uz naslovnicu članaka objavljuje obavijest o komentarima (članci s više komentara su bolje pozicionirani na naslovnici). Što se objavljivanja sadržaja tiče, urednici koprivničkih portala obavljaju standardnu uredničku funkciju pregleda i redakture

[59] Brautović, M.: Online novinarstvo, Školska knjiga, Zagreb, 2011., str. 158.

[60] Brautović, M.: Ibid, str. 157.

sadržaja koji produciraju novinari (pisani članci i odabrane fotografije koje prate članak), brinu za opremu teksta te objavljuju vlastite sadržaje (na epodravini.hr to su pisane forme, a na drava-info.hr – pisane forme, fotovijesti i fotogalerije).

Novinari epodravina.hr sami objavljuju članke nakon uredničkog pregleda što se može vidjeti iz informacija koje se nalaze ispod naslova u kojima stoji tko i u koje vrijeme je objavio članak. Na portalu drava-info.hr primjenjuje se isti model objavljivanja kao i na epodravina.hr, a razlika se može primijetiti u objavljivanju članaka čija su osnova PR priopćenja gdje se drava-info.hr potpisuje kao autor, dok epodravina.hr takve članke (koji su najčešće ostavljeni u izvornom obliku s minimalnom preradom) potpisuje imenom novinara koji ih objavljuje.

U redakciji portala epodravina.hr trenutno rade tri novinara, jedan fotoreporter, te nekoliko suradnika i kolumnista. Glavni urednik je Zvonimir Markač koji je iskustvo stjecao u dopisništvu Večernjeg lista u Koprivnici, ovo je prvi medijski projekt koji samostalno vodi, a bitno je naglasiti da je za razliku od prijašnjih godina redakcija portala popunjena profesionalnim novinarima što je doprinijelo kvaliteti sadržaja. Osim glavnog urednika portal nema dodatnih urednika koji bi bili zaduženi za pojedine rubrike.

Suradnici koji povremeno pišu za portal su studenti s novinarskih fakulteta (Fakultet političkih znanosti u Zagrebu i Sveučilište Sjever u Koprivnici). Redakcija je smještena u sklopu tvrtke koja je i nakladnik portala te koristi njihove tehničke resurse i pomoć što se može provjeriti u portfoliju nakladnika[61] (IT sektor i dizajn).

Konkurentski portal drava-info.hr ima slično ustrojenu redakciju na čelu s glavnim urednikom Markom Posavcem koji je iskustvo stjecao kao sportski novinar na radio Dravi te kao fotoreporter u Glasu Podravine i Prigorja. Kao i kod epodravina.hr osim glavnog urednika u strukturi nema dodatnih urednika za pojedina područja. Redakcija ima profesionalan novinarski kadar, a uz glavnog urednika koji ujedno obavlja i funkciju fotoreportera, sadržaj proizvode još dvije novinarke te nekoliko suradnika i kolumnista. Usporedbom impresuma portala s impresumom radio Drave primjećujmo kako se redakcije uvelike podudaraju, odnosno radi se o istoj redakciji koja je smještena na jednoj lokaciji. Glavni urednik portala za potrebe radija obavlja i ulogu sportskog novinara, a novinarke imaju svoje uloge i u organizacijskoj shemi radija – jedna je istovremeno i urednica informativnog portala, a druga je radijska voditeljica.

Dakle, glavna razlika u odnosu na epodravina.hr jest da se kod drava-info.hr radi o integriranoj konvergentnoj redakciji koja stvara jedinstven sadržaj koji se po potrebi prilagođava

[61] http://www.kosinus.hr/portfolio/

i koristi na dvije različite platforme. Potrebno je naglasiti kako većinu sadržaja za portal stvaraju glavni urednik te dvije novinarke koji radijski voditelji samo preuzimaju, prilagođavaju i koriste za svoje potrebe.

Iako pravila e-novinarstva nalažu da se novinari usko specijaliziraju za određena tematska područja, novinari s oba koprivnička portala, s obzirom na tematsku različitost koju produciraju, nisu usko specijalizirani već pokrivaju sve ono što urednici odrede kao bitno, relevantno i što bi moglo zanimati čitatelje.

Što se tiče bitne karakteristike online novinara – vladanja višestrukim vještinama – novinari portala drava-info.hr u većoj mjeri ispunjavaju te kriterije jer uz pisanje tekstualnih formi puno više prikupljaju audio i fotografske priloge (što je vidljivo iz strukture sadržaja koje objavljuju) od kolega s konkurentskog portala.

Novinari epodravina.hr su više orijentirani na pisane forme, fotografiju prepuštaju fotoreporteru koji ih u pravilu prati na terenu, dok se kod drava-info.hr primjećuje veća novinarska samostalnost (uz tekst često i autorska fotografija), no primjetno je da glavni urednik koji je ujedno i fotoreporter svojim fotografijama oprema većinu tekstova na portalu te snima audio zapise koji se povremeno koriste unutar pisanih formi. Možemo zaključiti kako su novinari portala drava-info.hr u većoj mjeri tzv. „one man band“ od kolega s epodravina.hr.

Novinari oba portala za produkciju i upravljanje sadržajem koriste redakcijske računalne sustave na koje se prijavljuju sa svojim podatcima. Unutar sustava pišu i uređuju tekstove (označavaju lead, citate), određuju opremu tekstova koju kasnije pregledavaju urednici, označavaju ključne riječi, dodaju naslovnu fotografiju s imenom autora fotografije, kreiraju fotogalerije koje ubacuju u članke (za razliku od epodravina.hr., drava-info.hr osim fotografija koristi i audiozapise kojima povremeno obogaćuju svoje članke), a nakon što ih pripreme za objavljivanje, urednici ih pregledavaju i po potrebi interveniraju.

8. Struktura naslovnice i organizacija rubrika portala epodravina.hr i drava-info.hr

Rastom broja internetskih stranica koji se bave svakodnevnom objavom informacija i novosti na nacionalnoj i lokalnoj razini porasla je i konkurentnost među portalima. Kako bi zadržali svoje čitatelje/korisnike nakladnici stalno moraju voditi računa o kvaliteti sadržaja i o strukturiranosti portala – organizacijskoj jednostavnosti i funkcionalnosti korištenja. Portali moraju zadovoljiti formu jednostavnijeg dizajna radi lakšeg snalaženja, a prvi kontakt korisnika s portalom odvija se pregledom početne stranice – naslovnice i zbog toga je vrlo bitno da ona bude strukturirana vizualno i sadržajno atraktivno kako bi se korisnici iznova vraćali na portal.

Naslovnice portala epodravina.hr i drava-info.hr zadovoljavaju gore navedene kriterije jednostavnosti dizajna i funkcionalnosti korištenja sadržaja, no može se primijetiti kako oba portala ne pružaju korisniku mogućnost odabira elemenata koji će se i na kojem mjestu prikazivati na naslovnici, kao što to nudi primjerice nacionalni portal Index.hr. On omogućava da korisnik na naslovnoj stranici odabere i čita priloge iz rubrika – "izbor", "najčitanije" i "najnovije"[62] – koje će mu se nakon izbora prikazati, dok kod drava-info.hr i epodravina.hr ne postoji ta mogućnost prilagođene naslovnice već se teme i prilozi mijenjaju uredničkom intervencijom. Drava-info.hr za razliku od epodravina.hr tu opciju omogućava unutar pojedinih kategorija pa korisnik može odabrati između prikaza najnovijih, istaknutih ili pak najpopularnijih priloga[63].

Oba portala naslovnice dijele na organizacijske blokove koji se popunjavaju tematskim kategorijama i vizualno izgledaju slično, no na portalu epodravina.hr prezentirano je mnogo više sadržaja što rezultira dojmom vizualne prenatrpanosti fotografijama i informacijama, a to u konačnici može i odvratiti čitatelje. Drava-info.hr na naslovnici ima manje sadržaja (osjetno manje fotografija) pa ostavlja dojam vizualne jednostavnosti i bolje preglednosti, no čitatelje koji su navikli na mnoštvo informacija na naslovnici to bi moglo navesti na pomisao o siromaštvu i manjku sadržaja. Naslovna traka sadrži i polje za pretraživanje sadržaja čitavog portala.

[62] http://www.index.hr/#izbor

[63] http://drava-info.hr/rubrika/sport/?filter_by=popular

8.1. Struktura naslovnice portala epodravina.hr

Na naslovnici epodravina.hr ispod loga portala smještena je naslovna traka koja sadrži glavne tematske rubrike sa svojim podrubrikama u kojima su grupirane teme kojima se portal bavi. Na traci je razmješteno osam rubrika: Izbori 2015. – u njoj se objavljuju sve vijesti povezane s hrvatskim parlamentarnim izborima 2015.; Naslovna – vraća nas na početnu stranicu, a u podrubrici nas vodi prema kolumnama; Vijesti – u njoj se nalaze vijesti iz politike, gospodarstva, crne kronike, poljoprivrede; Sport – podijeljen je prema vrstama, prvo mjesto zauzima nogomet, a zatim slijede rukomet i košarka; Život – obuhvaća stil, kulturu, zanimljivosti, religiju, modu; Foto – sadržava fotogalerije; Najave – sadržava najave događanja i otvara mogućnost korisničkog kreiranja i objave događaja; Vodič – u njemu su informacije o smještaju, restoranima, ljekarnama uz grafički prikaz tražene lokacije.

Drava-info.hr naslovnu traku dijeli na sedam tematskih rubrika: Početna – vraća nas na početnu stranicu s bilo kojeg mjesta na portalu; Aktualno – sadrži aktualne vijesti s podrubrikama „Moja Koprivnica“ i „Moja Podravina“ te najavama događanja; Sport – obuhvaća sve sportske vijesti; Drava:klik – sadrži fotovijesti; Kulturoteka – kategorizirane vijesti i događaji iz područja kulture; Tu oko nas – vijesti iz Koprivnice i okolice; Kolumne – obuhvaća članke šest kolumnista. Polje za pretraživanje sadržaja uključeno je u naslovnu traku.

Gornji dio naslovnice epodravina.hr grafički je strukturiran u dva organizacijska bloka pri čemu se prvi sastoji od pet horizontalno pozicioniranih kvadratnih polja u kojima se nalaze izdvojene najvažnije vijesti koje se kroz dan i dolaskom novih važnih vijesti izmjenjuju. Prvo polje ima dominantnu ulogu i u njega se smješta najvažnija vijest, vizualno je veće od ostala četiri koja su jednake veličine. Članci su prikazani fotografijom, nadnaslovom, naslovom s naznačenom rubrikom, datumom objave i imenom autora. Osim opreme nema popratnog skraćenog teksta – leada, dakle za punu informaciju mora se kliknuti na naslov. Drugi blok je podijeljen na tri kvadratna polja jednake veličine u koja se smještaju vijesti manje važnosti, a prikazane su na isti način kao i u prvom bloku (nadnaslov, naslov, ime autora, kategorija i datum objave). Organizacijsku cjelinu završava horizontalna dinamička traka rubrike – Aktualno na kojoj se izmjenjuju najnovije vijesti koje su prikazane samo naslovom bez fotografije.

U središnjem dijelu portala smješteni su organizacijski blokovi rubrika – Vijesti, Crna kronika i Sport koji prikazuju izdvojeni sadržaj, a pozicionirani su vertikalno na stranicu te podijeljeni na kvadratna polja unutar kojih se nalaze vijesti iz rubrika. Crna kronika i vijesti u svojem organizacijskom bloku imaju dva noseća kvadratna polja koja su veća od ostatka i u koja se smještaju važnije vijesti te pet manjih u koje se raspoređuju one manje važnosti.

Veći značaj na naslovnici se daje rubrici – Sport što je vidljivo iz veličine bloka pa tako uz tri noseća polja rubrika ima i osam manjih polja. Vijesti odnosno sadržaji su prikazani fotografijom, nadnaslovom, naslovom s naznačenom rubrikom, datumom objave i imenom autora. Nema popratnog skraćenog teksta,a za punu informaciju mora se kliknuti na naslov. U središnjem dijelu s desne strane naslovnice pozicioniran je vertikalni stupac koji se proteže do dna naslovnice, a sadrži organizacijske blokove u koji su smještene rubrike – Najčitanije (izbor šest najčitanijih članaka – prikazani manjom fotografijama, nadnaslovom i naslovom), Video vijesti (šest izdvojenih video vijesti), Rotator koji preuzima vijesti službenih stranica grada Koprivnice i gradskog poduzeća Komunalac (to je i određeni oblik konvergencije jer se radi o preuzimanju sadržaja iz jednog medija u drugi), Upitnik – forma kojom na portalu uspostavljaju interaktivnost s korisnicima. Uz rubrike na naslovnici pozicionirani su i tzv. „banneri“ odnosno oglasi u obliku vizualnih poveznica koje vode prema internetskim stranicama Turističke zajednice Koprivničko-križevačke županije i gradskom kazalištu Ludens teatar koji se ovim putem oglašavaju.

Donji dio naslovne stranice epodravina.hr otvara rubrika – Fokus, koja je smještena u dinamički okvir unutar kojeg se izmjenjuju foto-vijesti prikazane fotografijom, nadnaslovom, naslovom, imenom autora i datumom objave, bez popratnog teksta uz fotografiju. Ispod nje u organizacijskom bloku se nalazi rubrika – Život koja je podijeljena u dvije cjeline unutar kojih je horizontalno pozicionirano četiri, odnosno osam kvadratnih polja s tematskim sadržajima rubrike. Kao i u ostalim rubrikama naslovnice izdvojeni sadržaji su prikazani fotografijom, nadnaslovom i naslovom, bez popratnog teksta uz navođenje imena autora članka i datumom objave. U rubrici – Kolumne, organizacijski blok sastoji se od četiri kvadratna polja, a svako je rezervirano za jednog od četiri kolumnista. Izdvojeni sadržaj kolumni prikazan je fotografijom manjeg formata, nadnaslovom i naslovom.

Naslovnica završava organizacijskim blokom u formi jednog polja unutar kojeg su smještene kontakt informacije, adresa i e-mail redakcije, linkovi prema službenim profilima portala na internetskim servisima (Facebook, Google+, Vimeo) te najave događaja i servisne informacije.

Prema razmještaju rubrika na naslovnici i položaju izdvojenih sadržaja može se zaključiti kako je gornji dominantni dio naslovne stranice namijenjen aktualnim vijestima i sadržajima iz područja politike i gospodarstva. Sredina je namijenjena sadržajima vezanim za sport i crnu kroniku, a donji dio stranice u najvećoj je mjeri namijenjen zanimljivostima te području kulture i umjetnosti.

8.2. Struktura naslovnice portala drava-info.hr

Grafička struktura gornjeg dijela naslovnice portala drava-info.hr razlikuje se od epodravina.hr s obzirom na pozicioniranje i oblik organizacijskih blokova unutar kojih su razmještene izdvojeni sadržaji rubrika. Na vrhu se nalazi horizontalna dinamička traka rubrike Friško na kojoj se izmjenjuju najnovije vijesti prikazane samo naslovom bez fotografije. Naslovnica je dalje podijeljena u dva organizacijska bloka pri čemu se prvi sastoji od tri horizontalno pozicionirana kvadratna polja jednake veličine u kojima se nalaze izdvojene najvažnije vijesti koje se kroz dan izmjenjuju. Članci su prikazani fotografijom, naslovom, datumom objave i imenom autora te nemaju skraćeni tekst – lead, dakle za punu informaciju mora se kliknuti na naslov. Drugi blok se odnosi na rubriku – Aktualno, a podijeljen je na šest kvadratnih polja s time da su početna dva polja većih dimenzija u koje se smještaju vijesti veće važnosti. Kod ta dva dominantna polja vidljiva je i razlika u prikazu članaka jer osim naslova, imena autora i datuma objave ovdje postoji i skraćeni tekst – lead.

U središnjem dijelu portala smješteni su organizacijski blokovi rubrika – Drava klik, Crna kronika, Moja Koprivnica, Moja Podravina i Sport, a pozicionirani su vertikalno na stranicu te podijeljeni na kvadratna polja unutar kojih se nalaze vijesti iz rubrika. Rubrika – Drava klik je prvi organizacijski blok središnjice koji sadrži samo jedno, ali najveće i dominantno kvadratno polje na portalu u kojem se prezentiraju foto-vijesti. Ugrađeni rotator unutar tog polja omogućuje izmjenjivanje fotografija s kratkim opisom u formi jedne rečenice bez dodatne novinarske opreme. Drugi organizacijski blok je namijenjen za rubriku – Crna kronika, a podijeljen je na tri kvadratna polja koja su horizontalno pozicionirana i unutar kojih se prikazuju vijesti prezentirane fotografijom i naslovom. U nastavku naslovnice slijede organizacijski blokovi rubrika – Moja Koprivnica i Moja Podravina – podijeljeni na tri kvadratna polja jednake veličine, sadržaj je prezentiran fotografijom i naslovom. Središnji dio naslovnice završava organizacijskim blokom u koji je smještena rubrika – Sport, a podijeljena je na šest kvadratnih polja, od kojih su dva većih dimenzija u koje se smještaju vijesti veće važnosti.

Članci u tim poljima prikazani su fotografijom, naslovom, imenom autora i datumom objave te skraćenim tekstom – leadom. S desne strane središnjeg dijela naslovnice pozicioniran je okomit stupac koji se proteže do dna naslovnice, a sastoji se od organizacijskih blokova u koji su smještene rubrike – Što ti misliš – anketa kojom portal potiče interaktivnost, Slušajte vijesti – poveznice prema vijestima radio Drave (ujedno i primjer konvergentnog djelovanja medija), Najava događanja – osnovne najave o gradskim događanjima, Komentirali ste – lista najnovijih komentara članaka, Gradski servis –osnovne informacije o uslugama gradskih službi. Svojom

pozicijom u vrhu stupca izdvaja se vizualna oglasna poveznica za partnersku radio Dravu koja u sebi ima ugrađen i online radio player putem koje se može slušati program uživo.

Osim te mogućnosti slušanja uživo, portal nudi i mogućnost povezivanja na arhivirane dnevne vijesti radio Drave putem poveznica koje su ugrađene u rubriku – Slušaj vijesti, a smještene su na internet servisu Soundcloud.[64] Zanimljivost portala je i rubrika – Uživo sa Zrinskog trga, a radi se o video prijenosu ugrađenom u portal koji se ostvaruje preko kamere koja snima koprivnički Zrinski trg u realnom vremenu. Video je preuzet i ugrađen sa službene stranice grada Koprivnice.[65]

Donji dio naslovnice je organiziran u tri bloka i to za rubrike – Kulturoteka, Tu oko nas i Kolumne. Prve dvije rubrike imaju istu organizacijsku strukturu, podijeljene su na šest kvadratnih polja, od kojih su dva većih dimenzija u koje se smještaju vijesti veće važnosti. Članci u tim poljima su prikazani fotografijom, naslovom, imenom autora i datumom objave te skraćenim tekstom – leadom. Razlika je naravno u izdvojenom sadržaju koji prikazuju, Kulturoteka obuhvaća sve sadržaje iz područja kulture i umjetnosti, dok rubrika – Tu oko nas donosi vijesti s raznovrsnih gradskih zbivanja. U rubrici – Kolumne, organizacijski blok se sastoji od četiri kvadratna polja, a svako je rezervirano za jednog od četiri kolumnista koja pišu na portalu. Izdvojeni sadržaj kolumni prikazan je fotografijom, naslovom i leadom.

Naslovnica završava organizacijskim blokom u formi jednog polja koje je odabirom boje podloge vizualno odvojeno od naslovnice. Unutar bloka smještene su kontakt informacije, adresa i e-mail redakcije, linkovi prema službenim profilima portala na internetskim servisima (Facebook, Twitter) te tri podrubrike organizirane u tri vertikalna stupca: Uredništvo odabralo – prikazuje tri članka (prikazani fotografijom i naslovom) koje preporučuje uredništvo portala, Na Twitteru – prikazuju se posljednje tri objavljene vijesti na Twitter profilu portala s direktnom poveznicom [66] te podrubrika Na Fejsu – direktna vizualna poveznica na Facebook profil portala.

S obzirom na položaj i razmještaj rubrika na naslovnici može se zaključiti kako je gornji dio naslovne stranice portala namijenjen aktualnim sadržajima iz područja politike i gospodarstva Koprivnice. Sredina je namijenjena sportskim sadržajima, foto-vijestima i gradskim temama, a donji dio stranice u najvećoj je mjeri namijenjen području kulture i umjetnosti te lokalnim zanimljivostima.

[64] http://drava-info.hr/2016/01/dnevnik-radio-drave-19-1-2016/

[65] http://koprivnica.hr/cam_javascript.htm

[66] https://twitter.com/drava_info/status/689469300520816642?ref_src=twsrc%5Etfw

9. Upotreba online formi i novinarskih žanrova na portalima epodravina.hr i drava-info.hr

Forme u e-novinarstvu se podudaraju s novinarskim formama klasičnih medija, no razlika je u tome što online novinarske forme nastoje iskoristiti sve prednosti koje donosi internet i moraju istovremeno biti prilagođene za objavljivanje na internetu. Što se podjele online formi tiče, razlikujemo: „pisane forme, audioforme i videoforme, fotogalerije i infografike... a pri njihovoj uporabi novinari se trebaju voditi ovim pravilima: tekstom se nešto objašnjava, multimedijom se prezentira, a interaktivnost uključuje korisnika.“[67] Koprivnički portali epodravina.hr i drava-info.hr, osim što ne koriste sve karakteristike interneta u prezentiranju sadržaja, u velikoj većini priloga primarno koriste pisane online forme koje su bazirane na tekstu i fotografiji, najčešće u žanrovskim oblicima – vijesti, proširenih vijesti, izvještaja i kraćih članaka, dok su žanrovi poput reportaža i intervjua rijetka pojava. Oba portala kao sekundarno zastupljenu online formu koriste fotografiju i fotogalerije, a kod epodravina.hr postoji i veći broj videoformi u obliku kraćih videopriloga (osim nekoliko intervjua, ostatak se ne može svrstati u novinarski žanr jer se ne radi o profesionalnim novinarskim video materijalima već o kratkim video snimkama bez novinarske naracije, teksta u offu itd.). Portal drava-info.hr u nekoliko članaka koristi i audioformu (u obliku izjave sugovornika), a služi kao nadopuna pisane forme. Informacijske grafike i multimedijski specijali kao prave forme e-novinarstva koje kombiniraju sve navedene forme (tekstalne i audio forme, fotografije, video) nisu zastupljene na koprivničkim portalima.

9.1. Pisane online novinarske forme

Uvodno smo rekli kako oba portala primarno koriste pisane online forme najčešće u žanrovskim oblicima – proširenih vijesti, izvještaja te kraćih tematskih članaka, dok su reportaže i intervjui vrlo slabo zastupljeni i rijetko se mogu naći na naslovnicama. Za potrebe ovog rada predstavit ćemo osnovna pravila pisanja koja se odnose na sve tekstualne forme u e-novinarstvu i istovremeno pokazati njihovu primjenu na primjerima koje nalazimo na naslovnicama portala epodravina.hr i drava-info.hr i to u žanru proširene vijesti koja se najčešće koristi.

Pravila za pisanje tekstualnih formi koja vrijede za klasično tiskano novinarstvo primjenjuju se i u svim formama e-novinarstva, no pisanje za portal ipak u određenoj mjeri podrazumijeva neka nova pravila pa tako online naslovi koji su najčešće ujedno i poveznice na ostatak sadržaja „ne smiju sadržavati igru riječima, već samo smislenu informaciju te ne smiju

[67] Brautović, M.: Online novinarstvo, Školska knjiga, Zagreb, 2011., str. 54.

ponavljati ono što je navedeno u sažetku ili leadu“[68]. Bitno je i da se sažetak koji opisuje članak i nalazi na naslovnici sastoji od „jedne do tri rečenice... te da po mogućnosti to ne bude kopiran lead članka“[69] .

Primjenu pravila prikazat ćemo na primjeru proširene vijesti s naslovnice portala epodravina.hr pod naslovom „Pogreb Mare Bareze u četvrtak na koprivničkom groblju“.[70] Na primjeru je vidljivo ispravno korištenje pravila pisanja naslova koji donosi smislenu informaciju, a i lead članaka nema istu konstrukciju iz naslova. S obzirom na to da epodravina.hr na naslovnicama ne koristi sažetke, upotreba pravila sažetaka se ne može ocijeniti. Istu proširenu vijest donosi i drava-info.hr pod naslovom „Posljednji ispraćaj Mare Bareze u četvrtak na koprivničkom groblju“[71], no ovdje se pravilo poštuje djelomično, samo u dijelu donošenja smislene informacije jer se već u nastavku članaka u leadu ponavlja ista konstrukcija kao i u naslovu. Ni ovdje članak nije praćen sažetkom pa se ne može ocijeniti primjena pravila sažetaka.

Što se strukture online napisa tiče, ona je istovjetna strukturi u tiskanom novinarstvu. To znači da se mora poštovati pravilo „obrnute piramide u kojoj najvažnije elemente vijesti dajemo u prvom odlomku“[72], a važno je i da uvod članka odgovarati i na tzv. „5W pitanja: tko, što, kada, gdje, zašto“.[73] Lead u slučaju vijesti na epodravina.hr glasi „Posljednji ispraćaj poznate koprivničke menadžerice i humanitarke Mare Bareze (66) održat će se sutra, u četvrtak, u 14 sati na koprivničkom groblju Pri Svetom Duhu“, dok na drava-info.hr glasi „Posljednji ispraćaj pokojne Mare Bareze bit će održan u četvrtak, 21. siječnja, u 14 sati na koprivničkom gradskom groblju Pri Sv. Duhu“ iz čega je vidljivo kako su obje vijesti u potpunosti ispunile zadano pravilo strukture i pravila 5W.

S obzirom na to da korisnici pri susretu s naslovnicom portala i člancima prvo vizualno „skeniraju“ stranicu, a tek onda čitaju ono što ih zanima, treba imati na umu da online tekst mora biti kraći od teksta za objavljivanje u tisku kako bi privukao korisnika. „Nužno je rabiti kratke rečenice (do 21 riječi) i odlomke (do 65 riječi). Sam tekst bi trebao sadržavati 250 do 300 riječi (novinarska kartica), a udarne teme 400 do 500 riječi.“[74]

[68] Brautović, M.: Online novinarstvo, Školska knjiga, Zagreb, 2011., str. 71.

[69] Brautović, M.: Ibid., str. 71.

[70] http://epodravina.hr/pogreb-mare-bareze-u-cetvrtak-na-koprivnickom-groblju/

[71] http://drava-info.hr/2016/01/posljednji-ispracaj-mare-bareze/

[72] Malović, S.: Osnove novinarstva, Golden marketing – Tehnička knjiga, Zagreb, 2005., str. 209.

[73] Brautović, M.: Ibid., str. 67.

[74] Brautović, M.: Online novinarstvo, Školska knjiga, Zagreb, 2011., str. 65.

Proširena vijest s portala epodravina.hr ispunjava pravilo u dijelu dužine teksta – sastoji se od 263 riječi, no vidljiv je problem strukture odlomaka – tekst je podijeljen na odvojene rečenice koje nisu uklopljene u odlomke. S druge strane, na portalu drava-info.hr vijest poštuje pravilo u dijelu – pravilne strukture u tri jednaka odlomka od četrdesetak riječi, no ukupan tekst se sastoji od 150 riječi što je manje od propisanog.

Da bi duži tekstovi bili pregledniji, osim što se dijele odlomcima, dijele se i međunaslovima koji imaju funkciju „označavanja nove teme ili novog dijela priče... a trebali bi biti kratki i deskriptivni“[75]. Uz to je važno i isticanje riječi pri čemu se najčešće upotrebljava opcija zadebljavanja slova, a na koprivničkim portalima primjećujemo i da se uvodni odlomci zadebljavaju u cijelosti.

Proširene vijesti koje ovdje analiziramo imaju zadebljane uvodne odlomke na oba portala, no nemaju međunaslove što se može objasniti kratkoćom forme. Primjećujemo kako ni duže forme na oba portala ne koriste međunaslove, odnosno može se pronaći svega nekoliko primjera pravilne upotrebe međunaslova i ostalih pravila. Primjerice na portalu epodravina.hr to je članak autorice Kristine Kos pod naslovom „Zbog nedostatka liječnika, umirovljenik dr. Hećimović mora još uvijek raditi“[76] te članak autora Marka Posavca na portalu drava-info.hr pod naslovom „Arheolozi predstavljaju prve rezultate istraživanja crkve sv. Nikole“[77] koji poštuju i ostala spomenuta pravila (naslov, lead, odlomci, dužina teksta).

9.2. Prilagodba žanrova i upotreba priopćenja u pisanim online formama

Spomenuli smo kako oba portala od pisanih forma najviše koriste žanr proširenih vijesti i izvještaja, a može se primijetiti kako se pravila pisanja online tekstualnih formi samo djelomično koriste i u ostalim žanrovima – tematskim člancima, reportažama i intervjuima koji su vrlo slabo zastupljeni (na oba portala postoji svega nekoliko primjera tih žanrova).

Osim djelomičnog poštivanja pravila što je karakteristika svojstvena za oba portala, pregledom članaka na portalu drava-info.hr može se zamijetiti i problem prilagodbe žanra online mediju – vijesti koje su prezentirane na portalu u većini slučajeva imaju oblik i strukturu radijskih vijesti. Kao primjer se može navesti vijest pod naslovom „Kako napreduje potraga za strateškim partnerom u plinskom biznisu“[78] novinarke Sandre Levak-Miklošić koja ne ispunjava

[75] Brautović, M.: Ibid., str. 66.

[76] http://epodravina.hr/zbog-nedostatka-lijecnika-umirovljenik-dr-hecimovic-mora-jos-uvijek-raditi/

[77] http://drava-info.hr/2015/12/crkva-sv-nikola-arheoloska-istrazivanja-izlozba/

[78] http://drava-info.hr/2016/01/plinski-biznis-strateski-partner/

većinu spomenutih pravila ni strukturu online vijesti namijenjene objavi na portalu. Osim naslova koji nije napisan u obliku smislene strukture te ne donosi osnovnu informaciju koja bi navela čitatelja da pročita tekst, članak nema uvodni odlomak – lead već samo oblik krnje informacije u jednoj rečenici koja ne ispunjava pravilo 5W – „Provjerili smo u kojoj je fazi traženje strateškog partnera za koprivnički plinski biznis.“ Vijest se nastavlja bez dodatnog objašnjenja, samo najavom izjave – „Predsjednica Uprave Komunalca, Maja Hleb“ iza čega slijedi izjava koja je vizualno odijeljena u poseban odlomak istaknut drugačijom bojom fonta od ostatka članka. Nakon izjave nema logične tekstualne poveznice već se vijest nastavlja pitanjem iza čega ponovno slijedi izdvojena izjava. Ova vijest je u istom obliku prezentirana i na radio Dravi u vijestima dana[79], a usporedbom i ostalih vijesti te preslušavanjem dnevnika radio Drave može se zaključiti kako se vijesti rijetko u potpunosti prilagođavaju internet platformi već se u istom obliku koriste na dva medija. Valja napomenuti kako je novinarka dio konvergentne redakcije i ujedno urednica informativnog programa radio Drave.

Priopćenja na oba portala sve više postaju temelj sadržaja lokalnih jer redakcije zbog manjeg broj novinara često ne stignu producirati dovoljno sadržaja. Kao primjer upotrebe službenog priopćenja koje je oblikovano u vijest i koja su koristila oba portala na naslovnici 20. siječnja 2016. godine, možemo navesti priopćenje Policijske uprave koprivničko-križevačke[80] („Koprivnica: Nedozvoljeno posjedovanje, izrada i nabavljanje oružja i eksplozivnih tvari“) koje je 20. siječnja 2016. godine na službenim stranicama izdao Ured za odnose s javnošću i koje je javno dostupno.

Portal epodravina.hr preuzeo je ovo priopćenje i formulirao ga u oblik proširene vijesti pod naslovom „U garaži proizveo cijeli arsenal oružja, u zatvoru već drugi put“[81]. Analizom članka može se uočiti kako djelomično zadovoljava pravila pisanja za online forme (naslov, dužina teksta i odlomci). Naslov poštuje pravila, no nadnaslov („Nepopravljiv“) kojim je članak opremljen stilski ne udovoljava kriterijima te ne donosi smislenu informaciju. Isti problem uočava se i kod uvodnog odlomka-leada koji glasi – „Sumnja se da je od 2013. godine, kada je prvi put uhićen, pa sve do danas, nabavljao vatreno oružje i dijelove. Prije je radio kod kuće, a u međuvremenu je svoju ‘radnju’ preselio u garažu, gdje je radi prodaje prepravljao i izrađivao puške“ i očigledno ne ispunjava pravilo 5W. Usporedbom teksta priopćenja i teksta na portalu vidljivo je da je vijest na portalu formulirana na način minimalne novinarske intervencije,

[79] http://drava-info.hr/2016/01/dnevnik-radio-drave-20-1-2016/

[80] http://koprivnicko-krizevacka.policija.hr/MainPu.aspx?id=228628

[81] http://epodravina.hr/u-garazi-proizveo-cijeli-arsenal-oruzja-u-zatvoru-vec-drugi-put/

odnosno oblikovanja – može se primijetiti tek obogaćivanje priopćenja s nekoliko autorskih rečenica.

Istu vijest na naslovnici prikazuje i drava-info.hr s naslovom „Ludi za oružjem: Završili u zatvoru zbog kućne izrade i nabavke pušaka“.[82] Analizom članka se može uočiti kako pravila pisanja za online forme djelomično zadovoljena i to u segmentu naslova, dužina teksta i odlomaka, te pravila grafičkog popisa[83]. Članak nije opremljen nadnaslovom, no naslov poštuje pravilo i donosi smislenu informaciju. Uvodni odlomak ispunjava pravilo 5W – „Policijski službenici Policijske uprave koprivničko-križevačke dovršili su kriminalističko istraživanje nad 54 i 31-godišnjakom s koprivničkog područja zbog sumnje u počinjenje kaznenih djela nedozvoljenog posjedovanja, izrade i nabavljanja oružja i eksplozivnih tvari“, no usporedbom cjelokupnog teksta priopćenja i teksta na portalu vidljivo je da je vijest na portalu u potpunosti preneseno priopćenje s gotovo nikakvom novinarskom nadopunom i oblikovanjem, osim kreiranja samog naslova vijesti.

Treba napomenuti kako se pregledom naslovnica i analizom sadržaja članaka na oba portala može utvrditi da velika većina sadržaja nastaje preuzimanjem priopćenja službenih institucija ili PR priopćenja raznih subjekata koje novinari djelomično ili s minimalnim intervencijama oblikuju u formu proširene vijesti.

9.3. Online fotografija i fotogalerije na koprivničkim portalima

Osim pisanih formi koje su primarne na portalima, epodravina.hr i drava-info.hr koriste i online formu fotografije i fotogalerija kojima prezentiraju sadržaje. One prvenstveno služe kao nadopuna sadržaja u pisanim formama, bilo da se radi o naslovnoj fotografiji ili o fotografijama kojima se u dužim člancima odvaja tekst. Portali koriste i zasebne forme u obliku fotogalerija pri čemu epodravina.hr ima zasebnu rubriku[84], dok drava-info.hr svoje fotogalerije smješta unutar članaka (npr. članak „Netko je udesio igralište u Bušićevoj ulici“[85]), odnosno nema zasebne rubrike. Oba portala koriste „najčešći oblik fotogalerija koji se pojavljuje u hrvatskim online medijima – fotogalerija kao izložba“[86], gdje su fotografije poredane neovisno o njihovoj logičnoj povezanosti. Portali sadržavaju bogate fotogalerije čija veličina zavisi od tematike koju obrađuju.

[82] http://drava-info.hr/2016/01/ludi-za-oruzjem-zavrsili-u-zatvoru-zbog-kucne-izrade-i-nabavke-pusaka/

[83] Brautović, M.: Online novinarstvo, Školska knjiga, Zagreb, 2011., str. 66.

[84] http://epodravina.hr/fotogalerije/

[85] http://drava-info.hr/2016/01/netko-je-udesio-djecje-igraliste-u-busicevoj/

[86] Brautović, M.: Online novinarstvo, Školska knjiga, Zagreb, 2011., str. 82.

Primjere upotrebe fotografije unutar teksta pronalazimo na oba portala, a može se primijetiti kako drava-info.hr fotografiju unutar teksta koristi na stilski drugačiji i bolji način od epodravina.hr. To se može najbolje vidjeti u članku novinara Marka Posavca pod naslovom „Rijetko očuvana cesta, neobično velika crkva i podzemni tuneli – sve je to imala stara Koprivnica“[87], koji osim što ispunjava sva pravila pisanja online forme ima i pravilan razmještaj fotografija kojima se dulji tekst odvija na smislene cjeline. Članak kombinira sve „tri vrste novinarske fotografije – informativnu, pasivnu i aktivnu“.[88] Uz naslovnu fotografiju u tekstu se nalazi još sedam fotografija koje su pravilno raspoređene veličinom su jednake s naslovnom i najvažnije informacijski prate sadržaj članka. Epodravina.hr u manjoj mjeri ubacivanje fotografija u tekst, više se odlučuje za ugrađivanje cijelih fotogalerija u članke, no i na tom portalu možemo pronaći primjere upotrebe fotografije unutar teksta primjerice u članku novinara Zvonimira Markača pod naslovom „Trener Kopić vapi za pojačanjima, na probi igrač iz SAD-a“[89]. Unutar ovog članka osim naslovne fotografije nalazi se informativna novinarska fotografija koja dijeli tekst na dvije cjeline, iste je veličine kao i naslovna fotografija te informacijski prati sadržaj članka (uz to članak je obogaćen i dodatnom fotogalerijom).

Oba portala za prezentiranje sadržaja koriste i formu foto-vijesti. Epodravina.hr unutar rubrike – Fokus, koja je smještena u dinamički okvir na naslovnice unutar kojeg se izmjenjuju foto-vijesti prikazane fotografijom, nadnaslovom, naslovom, imenom autora i datumom objave, bez popratnog teksta uz fotografiju, a obično izvještavaju o nekom aktualnom događaju iz grada Koprivnice kao što je to prikazano u foto-vijesti naslova „Nakon praznika nove školske brige“.[90] Fotografija prati aktualni događaj povratka djece u školske klupe, no zamjerka se može uputiti nedostatku kratkog opisnog teksta da bi ova novinarska forma bila u potpunosti ispravna.

Drava-info.hr na naslovnici unutar dinamičkog polja rubrike Drava-klik izmjenjuje foto-vijesti koje su opremljene naslovom i kratkim opisom u formi jedne rečenice. Može se zaključiti kako drava-info.hr na kvalitetniji način prezentira svoje fotovijesti što se može vidjeti na primjeru fotovijesti pod naslovom „Završni koncert Zimske škole folklora“. Prikazan je aktualni događaj, odnosno fotografija donosi informaciju o koncertu folklora, a naslovom i kratkim popratnim opisom forma i pravila ovog žanra su u potpunosti zadovoljeni.

[87] http://drava-info.hr/2015/11/rijetko-ocuvana-cesta-neobicno-velika-crkva-podzemni-tuneli/

[88] Brautović, M.: Ibid, str. 81.

[89] http://epodravina.hr/foto-trener-kopic-vapi-za-pojacanjima-na-probi-igrac-iz-sad-a/

[90] http://epodravina.hr/nakon-praznika-nove-skolske-brige/

9.4. Upotreba audio i video formi

Na portalima epodravina.hr i drava-info.hr postoje i audio te video forme kojima se prezentiraju sadržaji, ali koriste se u puno manjoj mjeri od standardnih pisanih i foto formi. Epodravina.hr ne koristi audio forme u člancima, no u svojoj rubrici – Video vijesti sadrži veći broj videoformi u obliku videopriloga različitih dužina trajanja (od 2 do 10 minuta). Prilozi su smješteni na korisničkom računu portala internet servisa Vimeo[91], a njima se prezentiraju različiti sadržaji – od onih značajnijih (npr. gostovanje političkih stranaka u vrijeme predizborne kampanje[92]), do manje značajnih i zabavnih sadržaja. Videoprilozi nisu uklopljeni u tekstualne forme već su zasebno u kategoriji videovijesti, no osim nekoliko videointervjua, ostatak se ne može svrstati u neki od klasičnih novinarskih video žanrova jer se ne radi o profesionalnim novinarskim video materijalima već o snimkama bez novinarske naracije, razrađenog sinopsisa, teksta u off-u i ostalih parametara koje profesionalne video forme moraju zadovoljiti.

Kao primjer video forme na epodravina.hr možemo izdvojiti videointervju s koprivničkim umjetnikom Željkom Korešecom. Videointervju nosi naslov „Razgovor sa Željkom Korošecom“[93], traje desetak minuta, a na izradi su sudjelovali novinar i snimatelj. Može se kazati kako ova videoforma zadovoljava samo dio profesionalnih online video standarda u smislu – montaže i promjene kadrova, pravila nepojavljivanja novinara pred kamerom, no ima i nepoštivanja forme poput – „pravila pet planova koje omogućuje da se umjesto jednog plana za aktivnost snimi veći broj različitih planova i kutova“[94] te predugih i nelogičnih kadrova. Osim tehničko-snimateljskih nedostataka ne postoji ni novinarski uvod ni razrada intervjua, dakle radi se o nekoj vrsti amaterskog produkta koji je na tragu online videointervjua.

Portal drava-info.hr ne koristi video forme, no u nekoliko članaka koristi i audio zapise koji se najčešće upotrebljavaju kao nadopuna tekstualnih dijelova unutar članaka u obliku izjava sugovornika/aktera. S obzirom na to da se radi o portalu koji je u partnerskom odnosu i produžetak je radio Drave, postojanje konvergentne redakcije omogućuje novinarima koji rade na portalu da lakše dođu i do audio materijala, no pregledom članaka portala možemo kazati kako korištenje audioformi nije učestalo te pronalazimo svega nekoliko primjera. Jedan od njih koji ispunjava pravilo da „zvučni sadržaji nikada nisu samostalni, već su po pravilu dodatak

[91] https://vimeo.com/epodravina

[92] https://vimeo.com/143545912

[93] https://vimeo.com/142797362

[94] Brautović, M.: Online novinarstvo, Školska knjiga, Zagreb, 2011., str. 95.

tekstu ili sastavni dio neke složenije online forme“ možemo pronaći u članku pod naslovom „Triatlon na Šoderici – iznad svih očekivanja“[95] novinara Marka Posavca.

Unutar ovog izvještaja sa sportskog natjecanja nalaze se i audio izjave sudionika (četiri izjave – svaka različite duljine trajanja) koje su uvrštene u članak i trebale bi služiti kao nadopuna teksta, no primjetno je kako audiozapisi nisu pravilno korišteni s obzirom na tekst i strukturu članka. Izjave su tehnički dobro izvedene i snimljene, sugovornici se čuju jasno i glasno, izjave nisu preduge, ne čuje se pitanje novinara, no pozicionirani su na samom kraju teksta i logički nisu uklopljeni u cjelinu članka. Druga nepravilnost se može primijetiti u tome što su te iste audio izjave s kraja članka već uklopljene u izvještaju u pisanom obliku pa samim time audio izjave ostaju bez funkcije. Naime nakon uvoda u drugom odlomku se daje informacija o jednom od natjecatelja nakon čega slijedi njegova izjava koja je prezentirana u pisanom obliku – na tom mjestu trebala je biti uklopljena audio izjava i time bi članak zadovoljio navedeno pravilo audio forme.

Drava-info.hr, osim audiozapisa koji su nadopuna člancima na portalu, kao konvergentni medij omogućava i povezivanja na arhivirane dnevne vijesti radio Drave putem poveznica koje su ugrađene u rubriku – Slušaj vijesti, a smještene su na korisničkom računu portala internet servisa Soundcloud.

[95] http://drava-info.hr/2015/08/triatlon-na-soderici-iznad-svih-ocekivanja/

10. Primjena internet karakteristika e-novinarstva na portalima epodravina.hr i drava-info.hr

Lokalni portali ne koriste sve internet karakteristike e-novinarstva, sadržaji nisu dovoljno interaktivni, povezani putem hiperlinkova, rijetko su u potpunosti multimedijalni, nelinearni. To potvrđuju istraživanja koja su provedena, a koja pokazuju kako je „korištenje teksta, slike i videomaterijala zabilježeno u približno deset posto priloga, što je prilično mali udio s obzirom na važnost multimedijalnosti za internetski medij“[96]. Dakle devedeset posto sadržaja nije u potpunosti prilagođeno standardu e-novinarstva. Koprivnički portali, vidjeli smo u ranijem poglavlju, slijede taj standard te najviše koriste formu klasičnih tiskanih medija – tekst i fotografiju.

Multimedijalnost označava “integraciju više od jednog medija“[97] kojom se korisnicima prezentira sadržaj u obliku audio i video zapisa, zvuka i fotografije. Nelinearnost omogućuje da korisnici odmah dođu do onih informacija koje žele, a to ostvaruju koristeći poveznice koje tekstualni sadržaj pretvaraju u višeslojne priče. Poveznice su „temelj hipertekstualnih sadržaja koje omogućuju povezivanje informacija, riječi i fotografija s dijelovima teksta ili fotografijama koje se nalaze unutar dokumenta ili između različitih web stranica“[98]. Putem njih najčešće objašnjavamo pozadinske informacije teme koju obrađujemo i širimo priču, a korisnik može odabrati opseg informacija koji želi doznati. U tekstovima su poveznice oblikovane u nekoliko riječi koje su istaknute bojom i uklopljene u tekst. Interaktivnost je vrlo bitna karakteristika koja „omogućuje korisnicima da više ne budu pasivni konzumenti već ostvare komunikaciju s novinarima i drugim korisnicima“[99], a na koprivničkim portalima ostvaruje se putem foruma, chatova, komentara koje možemo vidjeti na dnu članaka (ako su dozvoljeni) te putem društvenih mreža (najviše putem Facebooka).

Analizom članaka na portalu epodravina.hr može se primijetiti kako velika većina sadržaja djelomično ispunjava norme e-novinarstva. Karakteristike multimedijalnosti su korištene u svojem osnovnom dijelu (u člancima se koriste samo tekst i fotografija – ne i audio i video zapisi), dok se hipertekstualnost, povezanost i nelineranost u člancima ne koriste. Potpuno korištenje se može uočiti kod karakteristika interaktivnosti i arhiviranosti.

[96] Benković, V. i Balabanić, I.: Analiza sadržaja najposjećenijih hrvatskih internetskih Portala (2010.), Medijska istraživanja, god.16, br. 2, str. 51.

[97] Brautović, M.: Online novinarstvo, Školska knjiga, Zagreb, 2011., str. 47.

[98] Brautović, M.: Ibid, str. 50.

[99] Brautović, M.: Ibid, str. 117.

Kao primjer djelomičnog korištenja karakteristika e-novinarstva možemo navesti članak novinarke Adele Zember pod naslovom „Šou se nastavlja: Građani sada uzurpiraju Grošićevu parcelu“.[100] Članak je napisan prema normama koje zahtijevaju pisani online oblici – ispravno se koriste pravila pisanja naslova i nadnaslova koji donose smislenu informaciju, lead članaka poštuje pravilo strukture i pravilo 5W, dužina teksta je primjerena, odlomci su pravilno i logično strukturirani, a s obzirom na to da se radi o kraćem tekstu i žanru proširene vijesti, međunaslov nije korišten.

Problem koji se uočava jest nepostojanje multimedijalnosti – tekst osim naslovne fotografije ne sadrži dodatnu fotografiju, fotogaleriju ili video ili audio zapis kojim bi se tekstualni dio članka nadopunio. Daljnji nedostatak je vidljiv u nepostojanju hipertekstualnosti i poveznica unutar teksta koje bi proširile priču u više smjerova i omogućile nelinearnost sadržaja (tekst ne sadrži niti jednu poveznicu). Članak je mogao biti formiran na nelinearan način s obzirom na to da je portal temu već ranije razrađivao u više članaka (u trenutku pisanja rada na portalu je 14 članaka i nekoliko fotogalerija koji su obrađivali ovu temu). Povezivanjem na starije članke i fotogalerije putem poveznica članku bi se dale pozadinske informacije i podsjetnik na kronologiju koja bi bila puno efektnija od trenutno postojećeg oblika – klasičnog podsjetnika kronologije zbivanja strukturalno uklopljenog u zadnji odlomak članka. Valja spomenuti kako ipak postoji jedan oblik povezanosti, ali on ne pripada pod funkcionalna obilježja karakteristika hipertekstualnosti i nelinearnosti. To su izdvojeni članci koji se sadržajno nadovezuju na članak i pozicionirani su izvan okvira teksta ispod članka.

Karakteristika interaktivnosti je ispunjena jer postoji mogućnost pisanja komentara na dnu članka (u trenutku pisanja rada članak ima četiri zabilježena komentara), a ona se ostvaruje i putem komunikacije na internet servisima. Članak je opremljen poveznicama prema internet servisima (Facebook, Twitter, Pinterest, Google plus – pozicionirane su ispod naslova članka te iznad okvira za komentiranje) koje omogućuju korisnicima da sadržaj podijele na svojim profilima ukoliko to žele i koriste spomenute internet servise. Ovaj članak je objavljen na Facebook profilu portala[101] u obliku tzv. „posta“ koji sadrži kratak opis članaka i fotografiju s ugrađenom direktnom poveznicom prema portalu na kojem se nalazi cijeli članak. Ispod članka je također moguće ostaviti komentar, primjetno je kako se komentari korisnika (i na portalu i na Facebooku) u manjem dijelu odnose na sadržaj članka već se koriste kao mjesto za interakcije između korisnika. Za korištenje komentara nije potrebna registracija već se može komentirati anonimno ili pod pseudonimom, a portal zadržava pravo uređivačke intervencije pa se

[100] http://epodravina.hr/sou-se-nastavlja-gradani-sada-uzurpiraju-grosicevu-parcelu/

[101] https://www.facebook.com/epodravina/?fref=ts

neprimjereni komentari uklanjaju, a korisnici se moraju držati propisanih pravila koja su objavljena na portalu.[102]

Što se karakteristike arhiviranosti tiče ona je ispunjena u potpunosti, članci na portalu epodravina.hr su arhivirani prema ključnim riječima pa korisnici mogu jednostavno pristupiti svim člancima koji sadrže traženi pojam/riječ. Treba napomenuti kako su gotovo svi objavljeni članci strukturirani kao i analiziran članak – samo djelomično koriste internet karakteristika e-novinarstva.

Potpuno korištenje internetske norme e-novinarstva ne može se uočiti niti na portalu drava-info.hr. Velika većina sadržaja tek djelomično ispunjava karakteristike multimedijalnosti (u člancima se koriste većinom tekst i fotografija – u svega nekoliko članaka primjećuje se upotreba audio zapisa). Hipertekstualnost, povezanost i nelinearnost u člancima se ne koristi, dok se potpuno korištenje može uočiti samo kod karakteristika interaktivnosti i arhiviranosti.

Kao primjer analize djelomičnog korištenja internetskih karakteristika e-novinarstva možemo navesti članak pod naslovom „Sud naložio Grošiću da ukloni dio ograde ispred Martinovke“[103] novinarke Sandre Levak Miklošić kojim se prati ista tema kao i kod prethodno analiziranog članka na konkurentskom portalu. Članak je napisan prema normama koje zahtijevaju pisani online oblici – ispravno se koristi pravilo pisanja naslova koji donose smislenu informaciju, lead članaka poštuje pravilo strukture i pravilo 5W, dužina teksta je primjerena, odlomci su pravilno i logično strukturirani, a s obzirom na to da se radi o kraćem tekstu i žanru proširene vijesti međunaslov nije korišten.

Nepostojanje potpune multimedijalnosti je prvi nedostatak članka jer tekst osim naslovne fotografije ne sadrži dodatnu nadopunu u obliku fotografije, fotogalerije ili video ili audio zapisa. Daljnji nedostatak je vidljiv u nepostojanju hipertekstualnosti i poveznica unutar teksta koje bi proširile priču u više smjerova i omogućile nelinearnost sadržaja (tekst ne sadrži niti jednu poveznicu). Članak je mogao biti nelinearno strukturiran osobito iz razloga što je portal temu već ranije razrađivao u više članaka (u trenutku pisanja rada na portalu je sedam članaka i nekoliko fotogalerija koji su obrađivali ovu temu). Pozadinske informacije i podsjetnik na kronologiju trebale su biti strukturirane povezivanjem na starije članke i fotogalerije putem poveznica, pogotovo što konkretni članak na kraju teksta ne donosi podsjetnik kronologije zbivanja. Jedina poveznice su izdvojeni članci koji se sadržajno nadovezuju i pozicionirani su izvan okvira teksta.

[102] http://epodravina.hr/uvjeti-koristenja-i-zastita-privatnosti/

[103] http://drava-info.hr/2016/01/sud-nalozio-grosicu-da-ukloni-dio-ograde-ispred-martinovke/

Karakteristika interaktivnosti je ispunjena jer postoji mogućnost pisanja komentara na dnu članka, no ona nije iskorištena od strane korisnika jer u trenutku pisanja rada članak nema zabilježenih komentara. Poveznice prema internet servisima pozicionirane su ispod naslova te iznad okvira za komentiranje čime se omogućuju korisnicima da sadržaj podijele na internet servisima. Članak je u obliku skraćenog „posta“ objavljen na Facebook i Twitter profilu portala s kratkim opisom i fotografijom te ugrađenom poveznicom koja vodi prema cijelom tekstu na portalu. Primjetno je kako nema mnogo komentara korisnika (i na portalu i na Facebooku) iako za korištenje komentara nije potrebna registracija već se može komentirati anonimno ili pod pseudonimom, naravno uz poštivanje propisanih pravila koja su objavljena na portalu.[104]

Karakteristike arhiviranosti se može koristiti u potpunosti jer su članci arhivirani prema ključnim riječima pa korisnici mogu jednostavno pristupiti svim člancima koji sadrže traženi pojam. Treba napomenuti kako su gotovo svi objavljeni članci strukturirani kao i analiziran članak – djelomično koriste internet karakteristike e-novinarstva, odnosno u potpunosti koriste samo karakteristike interaktivnosti i arhiviranosti.

[104] http://drava-info.hr/uvjeti-koristenja/

11. Zaključak

Digitalna konvergencija dovela je do novih oblika medija – online internetskih portala koji se pojavljuju u obliku digitalnog izdanja klasičnih medija ili u obliku novog medija koji svoj sadržaj kreira isključivo online. Imaju jednaku funkciju kao i tradicionalni mediji, a to je informirati i zabaviti korisnika, no razlika je u načinu na koji prezentiraju sadržaj. Karakteristike interneta – interaktivnost, multimedijalnost, nelinearnost, povezanost, arhiviranost i neposrednost, implementirane su i u novu medijsku praksu koja se naziva e-novinarstvo.

E-novinarstvo spaja stari i novi koncept – klasično novinarstvo s naprednom tehnologijom, pa tako svjedočimo novom načinu prezentiranja medijskog sadržaja u online formama (pisane, foto, video i audio forme) i žanrovima (vijesti, izvještaji, reportaže, intervjui) koji se podudaraju s formama i žanrovima u klasičnim medijima. Razlika koja se može uočiti kod e-novinarstva jest da novinari sve više postaju „one man bandovi“ – u radu moraju poznavati i koristiti više vještina.

Hrvatsko e-novinarstvo i na nacionalnoj i na lokalnoj razini pokazuje nedostatke u prilagođavanju medijskog sadržaja internetu. Vrlo malo se koriste novinarske forme koje u sebi sadrže multimedijalnost, hipertekstualnost i nelinearnost – što se može objasniti složenošću formi i manjkom novinara koji rade u online redakcijama. U većini priloga koristi se forma klasičnih tiskanih medija (tekst i fotografija), što je vidljivo iz provedene analize sadržaja i korištenih online formi na koprivničkim portalima drava-info.hr i epodravina.hr, a tvrdnje podupiru i rezultati stručnih istraživanja koja smo koristili u ovom radu.

E-novinarstvo u Koprivnici je zastupljeno od 2008. godine, a za sada postoje dva relevantna informativna internet portala – epodravina.hr i drava-info.hr, koji na dnevnoj bazi donose novosti i informacije. U početku su bili okrenuti mlađoj publici, no danas su sadržajno (izborom tema i područja kojima se bave) prilagođeni svim generacijama, pa se uz zabavni sadržaj objavljuju i ozbiljnije teme gospodarstva i politike. Prema poslovnom modelu pripadaju kategoriji profitnih medija koji ne naplaćuju sadržaj, a financiraju se iz naplate oglasnog prostora i sponzoriranih članaka.

Osim razlike u teritorijalnom području koje pokrivaju (epodravina.hr je osim grada Koprivnice orijentirana i na cijelu Podravinu, drava-info.hr primarni fokus stavlja na grad Koprivnicu), portali se razlikuju i po tome što je epodravina.hr samostalni online medij dok je drava-info.hr u određenom dijelu produžetak klasičnog medija (lokalnog radija – radio Drave) s konvergentnom redakcijom koja stvara sadržaj koji se po potrebi prilagođava i koristi na dvije različite platforme.

Redakcije portala popunjene su profesionalnim novinarima koji u određenoj mjeri ispunjavaju karakteristike „one man banda“ – imaju višestruke vještine (osim pisanja tekstova, snimaju fotografije i audio zapise) što doprinosi kvaliteti sadržaja – dominiraju informativni i zabavni sadržaji. Oba portala naslovnice dijele na organizacijske blokove koji se popunjavaju tematskim kategorijama u kojima se nalaze izdvojene najvažnije vijesti koje se kroz dan i dolaskom novih važnih vijesti izmjenjuju.

Prema razmještaju rubrika na naslovnici i položaju izdvojenih sadržaja može se zaključiti kako je kod oba portala gornji dominantni dio naslovne stranice namijenjen aktualnim vijestima i sadržajima iz područja politike i gospodarstva. Sredina je namijenjena sadržajima vezanim za sport i crnu kroniku, a donji dio stranice u najvećoj je mjeri namijenjen zanimljivostima te području kulture i umjetnosti. U velikoj većini priloga portali primarno koriste pisane online forme koje su bazirane na tekstu i fotografiji, najčešće u žanrovskim oblicima – vijesti, proširenih vijesti, izvještaja i kraćih članaka, dok su žanrovi poput reportaža i intervjua rijetka pojava. Oba portala kao sekundarno zastupljenu online formu koriste fotografiju i fotogalerije. Informacijske grafike i multimedijski specijali kao prave forme e-novinarstva nisu zastupljene.

Portali u većini članaka primarno koriste formu klasičnih tiskanih medija (tekst i fotografija), što je vidljivo iz provedene analize sadržaja i korištenih online formi, a jasno se može uočiti i djelomično poštivanje pravila online pisanja tekstualnih formi. Kod portala drava-info.hr je uočen i nedostatak u prilagodbi žanra online mediju – sadržaji koji su prezentirani na portalu u većini slučajeva imaju strukturu i oblik radijskih vijesti.

Na temelju analize provedene u ovom radu može se zaključiti da su sve tri polazne hipoteze potvrđene. Sadržajno portali najviše pozornosti pridaju lokalnoj politici, gospodarstvu i crnoj kronici kroz žanrove proširenih vijesti i izvještaja. Složeniji novinarski žanrovi poput reportaža, tematskih problemskih članaka i analiza su vrlo slabo zastupljeni.

Multimedijalnost se koristi samo u svojem osnovnom dijelu, dok se hipertekstualnost, povezanost i nelineranost ne koriste. Interaktivnost s korisnicima i arhiviranost su jedine karakteristike koje se pravilno i u potpunosti koriste. Glavni nedostatak kod oba portala jest djelomično korištenje internetskih karakteristika e-novinarstva i time se podudaraju s postojećim trendom koji vlada kod portala nacionalne razine.

Portali imaju i jednak nedostatak, a to je djelomično poštivanje pravila online pisanja tekstualnih forma u e-novinarstvu (naslov, lead, odlomci, dužina teksta, međunaslovi, isticanje riječi), a kod drava-info.hr je uočen i nedostatak u prilagodbi žanra online mediju – vijesti koje su prezentirane na portalu u većini slučajeva imaju oblik i strukturu radijskih vijesti.

Može se primijetiti i bitan nedostatak u pogledu sadržaja zbog čestog korištenja priopćenja koja sve više postaju temelj sadržaja na oba portala. Velika većina sadržaja nastaje preuzimanjem priopćenja službenih institucija ili PR priopćenja raznih subjekata koje novinari djelomično ili s minimalnim intervencijama oblikuju u formu proširene vijesti (većinom samo oprema teksta i nekoliko autorskih rečenica) što rezultira plošnošću članaka koji nemaju daljnju razradu i dubinu. Takav trend i pristup zasigurno nije smjer u kojem bi se koprivničko e-novinarstvo trebalo kretati, bez obzira na realan problem s kojim se portali suočavaju, a to su zahtjevi za velikom produkcijom sadržaja koju male redakcije teško mogu ispuniti.

Ovo istraživanje je pokazalo da koprivnički portali epodravina.hr i drava-info.hr samo djelomično koriste internet karakteristike e-novinarstva i time se podudaraju s postojećim trendom koji vlada kod portala nacionalne razine. Multimedijalnosti se koristi samo u svojem osnovnom dijelu, dok se hipertekstualnost, povezanost i nelineranost ne koriste. Interaktivnost s korisnicima i arhiviranost su jedine karakteristike koje se pravilno i u potpunosti koriste. Dakle, najveći nedostatak koji se nakon analize uočava je nepostojanje prave online multimedijalnosti, odnosno ona se koristi samo u svojem osnovnom dijelu – osim naslovne fotografije članci većinom ne sadrže dodatnu fotografiju, fotogaleriju ili video/audio zapis kojim bi se tekstualni dijelovi nadopunjavali. Daljnji nedostatak je vidljiv u nepostojanju hipertekstualnosti i poveznica unutar teksta koje bi proširile priču u više smjerova i omogućile nelinearnost sadržaja (članci ne sadržavaju niti jednu poveznicu).

Karakteristika interaktivnosti je ispunjena jer postoji mogućnost pisanja komentara na dnu članka, a ostvaruje se i putem komunikacije na internetskim servisima koje portali koriste – Facebook, Twitter, Pinterest i Google plus. Što se karakteristike arhiviranosti tiče, ona je također ispunjena u potpunosti jer su članci na portalima arhivirani prema ključnim riječima pa korisnici mogu jednostavno pristupiti svim člancima koji sadrže traženi pojam/riječ.

Zaključno treba napomenuti kako postoji veliki prostor za napredak na oba portala, no unatoč očitim nedostacima u pogledu korištenja karakteristika e-novinarstva, koprivnički portali epodravina.hr i drava-info.hr ispunjavaju svoju temeljnu funkciju informiranja korisnika, donose aktualne teme, svakodnevno se iz sata u sat ažuriraju novim sadržajima, a vidljiva je i tendencija sve većeg usvajanja pravila e-novinarstva što je rezultat popunjavanja redakcija profesionalnim kadrom što prije nije bio slučaj.

U Koprivnici, 3. veljače 2016.

12. Literatura

Knjige:

Z. Peruško: Uvod u medije, Naklada Jesenski i Turk, Zagreb, 2011.

M. Brautović: Online novinarstvo, Školska knjiga, Zagreb, 2011.

Rudin, R., Ibbotson, T.: Uvod u novinarstvo, Osnovne tehnike i temeljna znanja, MATE d.o.o., Zagreb, 2008.

S. Malović: Osnove novinarstva, Golden marketing – Tehnička knjiga, Zagreb, 2005.

Kawamoto, K.: Digital Journalism: Emerging Media and the Changing Horizons of Journalism, Rowman&Littlefield publishers Inc., New York, 2003.

Časopisi:

V. Benković i I. Balabanić: Analiza sadržaja najposjećenijih hrvatskih internetskih portala, Medijska istraživanja, br. 2, god.16, str. 43-56.

Malović, S.: Hrvatska na Internetu: Neiskorištene mogućnosti, Trenutak hrvatske Komunikacije, Fakultet političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu , Zagreb, 1995., str. 31.

Brautović., M.: Razvoj hrvatskog online novinarstva 1993-2010., Medianali – znanstveni časopis za medije, novinarstvo, masovno komuniciranje, odnose s javnostima i kulturu društva, 2010., Vol. 4 No. 8, str. 29.

Malović, S.: Stilska obilježja elektroničkih medija, Novi mediji '98., Fakultet političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu, Zagreb, 1998., str. 87.

Internet izvori (pristupljeno 23.01.2016.):

http://www.zarez.hr/clanci/novi-mediji-od-quotzivih-slikaquot-do-quotslika-zivotaquot

http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.1996.tb00174.x/full

https://www.udruga-point.hr/wp-content/uploads/POINT-Internet-novinarstvo-prirucnik.pdf

http://web.zpr.fer.hr/ergonomija/2003/tomasic/dokumentacija.pdf

http://www.alexa.com/plans?ax_atid=1696f79b-4c9a-4877-91e4-adf84e891355

http://www.sidrome.com/najposjecenija-hrvatska-web-stranica/

http://www.vecernji.hr/premium-izlog

https://hrti.hrt.hr/#/

http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/893/802#d2

http://www.jutarnji.hr/tisuce-ljudi-oprastaju-se-od-davida-bowiea/1495872/?secId=79&foto=4

http://www.hrt.hr/316962/vijesti/eksplozije-u-centru-istanbula

http://www.carnet.hr/o_carnetu/o_nama/povijest_carneta

http://ec.europa.eu/digital-agenda/en/scoreboard/croatia#3-use-of-internet

http://www.internetworldstats.com/eu/hr.htm#links

http://www.index.hr/index/default.aspx?id=2

http://www.hrportali.com/

http://www.audience.com.hr/

https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10153557575273088&set=pb.660253087.2207520000.1452689594.&type=3&theater

http://www.hrt.hr/318660/vijesti/slovenski-mediji-nova-hrvatska-vlada-posvecena-gospodarstvu

http://www.dotmetrics.net/

http://epodravina.hr

http://drava-info.hr

http://epodravina.hr/impressum/

http://drava-info.hr/impresum/

http://www.radio-drava.hr/kontakt.html

http://haw.nsk.hr/arhiva/vol7/5912/51325/drava-info.hr/author/mojakchr/index.html

https://www.facebook.com/epodravina/likes

https://twitter.com/drava_info

http://www.index.hr/#izbor

http://drava-info.hr/2016/01/dnevnik-radio-drave-19-1-2016/

http://koprivnica.hr/cam_javascript.htm

https://twitter.com/drava_info/status/689469300520816642?ref_src=twsrc%5Etfw

http://epodravina.hr/pogreb-mare-bareze-u-cetvrtak-na-koprivnickom-groblju/

http://drava-info.hr/2016/01/posljednji-ispracaj-mare-bareze/

http://epodravina.hr/zbog-nedostatka-lijecnika-umirovljenik-dr-hecimovic-mora-jos-uvijek-raditi/

http://drava-info.hr/2015/12/crkva-sv-nikola-arheoloska-istrazivanja-izlozba/

http://drava-info.hr/2016/01/plinski-biznis-strateski-partner/

http://drava-info.hr/2016/01/dnevnik-radio-drave-20-1-2016/

http://koprivnicko-krizevacka.policija.hr/MainPu.aspx?id=228628

http://epodravina.hr/u-garazi-proizveo-cijeli-arsenal-oruzja-u-zatvoru-vec-drugi-put/

http://drava-info.hr/2016/01/ludi-za-oruzjem-zavrsili-u-zatvoru-zbog-kucne-izrade-i-nabavke-pusaka/

http://epodravina.hr/fotogalerije/

http://drava-info.hr/2016/01/netko-je-udesio-djecje-igraliste-u-busicevoj/

http://drava-info.hr/2015/11/rijetko-ocuvana-cesta-neobicno-velika-crkva-podzemni-tuneli/

http://epodravina.hr/foto-trener-kopic-vapi-za-pojacanjima-na-probi-igrac-iz-sad-a/

http://epodravina.hr/nakon-praznika-nove-skolske-brige/

https://vimeo.com/epodravina

https://vimeo.com/143545912

https://vimeo.com/142797362

http://drava-info.hr/2015/08/triatlon-na-soderici-iznad-svih-ocekivanja/

http://epodravina.hr/sou-se-nastavlja-gradani-sada-uzurpiraju-grosicevu-parcelu/

https://www.facebook.com/epodravina/?fref=ts

http://epodravina.hr/uvjeti-koristenja-i-zastita-privatnosti/

http://drava-info.hr/2016/01/sud-nalozio-grosicu-da-ukloni-dio-ograde-ispred-martinovke/

http://drava-info.hr/uvjeti-koristenja/